



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

---

**FACULTAD DE PSICOLOGIA**

**“EFECTOS DE LA EXPOSICION A UNA TELENOVELA  
HISTORICA EN LA ADQUISICION DE CONOCIMIENTO  
Y EL CAMBIO DE ACTITUDES EN UNA POBLACION  
DE ADOLESCENTES Y ADULTOS MEXICANOS”.**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADA EN PSICOLOGIA**

**P R E S E N T A**

**BLANCA ESTELA ESPINO GOMEZ**

**Asesora: Mtra. Frida Díaz Barriga Arceo**

**MEXICO, D. F.**

M-0106534

**1989**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# I N D I C E

	I N T R O D U C C I O N.....	1
1	MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION	
	1.1 Conceptualización y Características de la comunicación masiva.....	4
	1.2 Efectos de la Comunicación Masiva.....	6
	1.3 Medios Masivos de Comunicación y Educación.....	8
2	TELEVISION	
	2.1 Efectos de la Televisión en la Audiencia.....	13
	2.2 Relevancia Psicológica.....	19
	2.3 Estereotipos.....	20
3	TELEVISION EDUCATIVA	
	3.1 Modelos de la Televisión Mexicana.....	26
	3.2 La Educación Formal en la Televisión .....	27
	3.3 La Educación no Formal en la Televisión .....	28
	3.4 Limitaciones de la televisión Educativa.....	29

4	<b>TELENOVELA</b>	
	4.1 Antecedentes.....	32
	4.2 Modelos de la Telenovela Mexicana.....	33
	4.3 Definición de la Telenovela.....	35
	4.4 Características.....	35
	4.5 Posibles efectos en la Audiencia.....	36
	4.6 Antecedentes del Modelo.....	37
	4.7 La Telenovela como Recurso Educativo.....	39
	4.8 Experiencia con la Telenovela Educativa en México..	41
	4.9 Experiencia con la Telenovela Hitórica en México...	42
5	<b>TEORIAS PSICOLOGICAS QUE APOYAN LA TELENOVELA</b>	
	5.1 Teoría del Aprendizaje Social.....	44
	5.2 Teoría del Esfuerzo Mental Invertido.....	52
	5.3 Aprendizaje de Conceptos Históricos.....	56
6	<b>METODOLOGIA</b>	
	6.1 Planteamiento del Problema.....	60
	6.2 Objetivos.....	61
	6.3 Hipótesis.....	62
	6.4 Descripción de la Muestra.....	64
	6.5 Identificación de Variables.....	66
	6.6 Diseño.....	66
	6.7 Materiales.....	67
	6.8 Procedimiento.....	68
	6.9 Análisis.....	69

**RESULTADOS****7.1 Resultados del Análisis Descriptivo**

7.1.1 Escala de Conocimiento de Personajes	
Históricos.....	70
7.1.2 Escala de Conocimiento de Hechos Históricos.	82
7.1.3 Escala de Opinión acerca de las consecuen -	
cias Políticas y Sociales de la Revolución..	84
7.1.4 Escala de Opinión Acerca de Personajes -	
Históricos.....	88

**7.2 Contrastación de Hipótesis**

7.1.1 Escala de Conocimiento de Personajes	
Históricos.....	89
7.1.2 Escala de Conocimiento de Hechos Históricos.	91
7.1.3 Escala de Opinión acerca de las consecuen -	
cias Políticas y Sociales de la Revolución..	93
7.1.4 Escala de Opinión Acerca de Personajes -	
Históricos.....	95

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>97</b>
--------------------------	-----------

<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>104</b>
--------------------------	------------

**APENDICES**

## I N T R O D U C C I O N.

Es indudable que los medios de comunicación y especialmente la televisión tienen una gran influencia en el desarrollo tecnológico, social y cultural de un país.

En México se han puesto en marcha algunos programas tendientes a llevar educación y mensajes sociales al público en general, y especialmente a las clases marginadas, a través de la televisión. Pero desafortunadamente, el sector de población a la que llegan estos programas son muy reducidos, siendo la causa principal el poseer formatos rigurosos y faltos de una adecuada planeación, por lo que resultan aburridos para el televidente, especialmente para el público al que se pretende llegar.

Es por ello que hace algunos años, se empezó a utilizar el formato telenovela, que resulta ser uno de los favoritos del público, (especialmente de la gente de nivel socioeconómico bajo); para llevar mensajes educativos, culturales y sociales, tales como los de paternidad responsable, de alfabetización, etc.

Este formato también se ha utilizado para tratar de enseñar a la gente a comprender la historia de nuestro país, a través de las telenovelas históricas.

En 1987, Televisa y el IMSS, en coproducción, proyectaron la telenovela "Senda de Gloria" que se transmitió por el canal 2, de lunes a viernes de 7:00 a 7:30 (horario estratégico en que se capta el teleauditorio de niños y adultos).

El objetivo principal de la telenovela fue que el público pudiera entender los movimientos que se gestaron en el país en el periodo postrevolucionario, que trajeron como consecuencia "La expropiación petrolera", "La creación de la SEP" etc.

Otro de los objetivos de la telenovela era el de "humanizar" la figura de los héroes nacionales que protagonizaron la historia en dicho periodo.

Debido a la creciente utilización de la telenovela para llevar este tipo de mensajes a la población en general, surgió el interés por desarrollar el presente trabajo, para conocer a través de métodos mensurables el impacto de dicha telenovela histórica en un sector específico de la población del país.

La investigación constó de 3 mediciones realizadas en las ciudades de México, Puebla, Chihuahua, Morelia, Veracruz, Hermosillo y Tepic. Se aplicaron un total de 3520 entrevistas, de las cuales 1771 se realizaron en la primera medición ya que incluyó a un 50% de personas expuestas a la telenovela y un 50% de personas no expuestas a ella (por requerirlo así el diseño utilizado).

En la segunda y tercera medición, sólo se midió a las personas expuestas a la telenovela y se aplicaron 849 en la segunda y 900 en la tercera.

Los resultados obtenidos son: En general se observó un incremento en el aprendizaje de los personajes y hechos históricos presentados y propició un cambio de actitud en las personas que se expusieron a la telenovela "Senda de Gloria", las hipótesis formuladas, se cumplen aunque con ciertas limitaciones.

El presente trabajo se encuentra organizado de la siguiente manera: en el primer capítulo se localizan los aspectos relacionados con los medios de comunicación. En el 2o. y 3er. capítulo se localiza la teoría revisada sobre la televisión y su uso educativo. En el capítulo 4 se ubica lo referente a la historia de la telenovela y su uso educativo. En el capítulo 5, los aspectos relacionados con las teorías que apoyan el aprendizaje a través de los medios y, en el sexto, la metodología utilizada. Finalmente se encuentran la descripción de resultados, contrastación de hipótesis, los apéndices, que contienen las tablas descriptivas de los resultados y la bibliografía consultada.



## C A P I T U L O            1

### MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.

El largo proceso histórico que significó el advenimiento de los medios de comunicación en la estructura social, y más aún, el complejísimo sistema de interdependencia que se ha manifestado como producto de su integración al cuerpo social, nos conducen a pensarlos en términos de creación y evolución humana, es decir, como uno de los frutos de nuestro crecimiento como civilización.

Según Morín (1976), la cultura de masas nace después de la Segunda Guerra Mundial y se le llama mass-culture, a la cual en un extraño silogismo anglo-latino se llama mass-media. Cultura de masas, quiere decir, producida según normas masivas de fabricación industrial, extendida por técnicas de difusión masiva; dirigida a una masa social, una gigantesca aglomeración de individuos seleccionados sin tener en cuenta las estructuras internas de la sociedad (clase, familia, etc).

#### 1.1 CONCEPTUALIZACION Y CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION MASIVA

Por lo general "la expresión medios masivos, designa todo el sistema dentro del cual se producen, se seleccionan, transmiten, reciben y responden los mensajes" (McQuail, 1969 p.14).

Para Janowitz (1968 p.14), "Los medios de comunicación masiva comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, radio, etc.) para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso".

McQuail (ob. cit), además, menciona una serie de características de los medios masivos de comunicación:

A) Por lo general, la comunicación masiva requiere organizaciones formales complejas.

B) Se dirige a públicos amplios. Esto es una consecuencia de su economía y de la aplicación de una tecnología montada para la producción masiva y la difusión global.

C) Es pública, es decir su contenido está abierto a todos y su distribución es relativamente inestructurada e informal.

D) El público a que está dirigida es heterogéneo. La heterogeneidad de los medios de comunicación masiva consiste en que cualquier agrupamiento de audiencia debe compartir un cierto interés por esos medios, por determinados temas o aspectos.

E) Puede llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos unas de otras.

F) La relación entre el emisor y el público es impersonal, puesto que a las personas que sólo se conoce en su función pública de emisores, se dirigen a una audiencia anónima.

G) Por último, se puede decir que su público es una colectividad característica de la sociedad moderna, que presenta varios rasgos distintivos.

## 1.2 EFECTOS DE LA COMUNICACION MASIVA

El desarrollo y las repercusiones que los medios de comunicación han desencadenado, han sido por una parte ampliamente cuestionados y por otra, objeto de múltiples alabanzas. Su indudable impacto social y la diversidad de planteamientos -y cuestionamientos- sobre su uso, han hecho que se conviertan en una de las áreas de estudio más importantes de nuestra época. La cantidad de problemas de investigación que giran en torno a su relación con el individuo y la sociedad, han llevado a penetrar en el conocimiento de sus posibilidades, a fin de entenderlos y aprovecharlos en beneficio del sistema social.

Existen gran cantidad de variantes en relación con el tipo y la intensidad del efecto que éstos pueden ejercer sobre la conducta, sobre las actitudes y opiniones. Klapper (1960) observa que pueden conducir al refuerzo, a la transformación de actitudes, a provocar efectos a corto o largo plazo, intencionales o no.

Los efectos de los medios de comunicación masiva despertaron el interés desde la década de los 50's y 60's, siendo estudiados por Berelson, (1948); Hovland, (1953 y 1954); Klapper, (1960); Cox (1961); Berelson y Steiner (1964); Halloran, (1964); y Belson, 1967. De estos estudios se puede concluir que "Los medios de comunicación masiva no pueden ser, por lo general, causa necesaria y suficiente de los efectos manifestados por la audiencia, sino que funcionan a través de nexos de influencias mediadoras"

El desarrollo de los medios de comunicación guarda una estrecha relación con el desarrollo tecnológico y económico de un país. Por otro lado, se ha comprobado que en los países desarrollados existe una estrecha relación entre el uso de los medios masivos y las actitudes, la conducta y la información que se tiene respecto al cambio social, (Schramm, 1984).

Aguilar y Díaz Barriga, (1986) mencionan que la exposición a los medios masivos estará en función de un número de condiciones ambientales, sociales y psicológicas que influyen en la disponibilidad de los medios, los tipos de contenidos, las habilidades de comunicación y necesidades de información de la gente, así como las gratificaciones que su uso genera.

En términos generales, a lo largo de las dos últimas décadas se observa la tendencia al uso creciente de la televisión, mientras que la exposición a otros medios va en decremento, especialmente

la lectura de libros y periódicos. Los patrones de uso de la radio y las revistas muestran pocos cambios; en contraste, se vislumbra una atención creciente al empleo de nuevos medios electrónicos y las microcomputadoras.

### 1.3 MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y EDUCACION

Eco (1986), menciona que muchos maestros consideran los nuevos medios masivos de comunicación como una forma de entretenimiento más que como auténtica educación. Pero esto no resulta convincente para quien estudia el problema. No se consideraría a un solo clásico que no fuera tomado originalmente como entretenimiento ligero. Casi todas las obras vernáculas fueron así juzgadas hasta el siglo XIX.

La televisión pone a disposición de muchos, en muchos momentos y lugares, lo que de otro modo quedaría restringido a unos pocos. Hoy empezamos a darnos cuenta que los nuevos medios no son simplemente una "gimnasia mecánica para crear mundos de ilusión" sino nuevos lenguajes con nuevo y único poder de expresión.

Hoy estos nuevos medios de comunicación amenazan, en vez de reforzar, los procedimientos tradicionales de la escuela. Es habitual contestar a esta amenaza con denuncias sobre el carácter y efecto de las películas y de la televisión, del mismo modo que se temió y desdeñó al "comic", expulsándolo de las aulas. Sin

embargo, sus buenas y malas características de forma y contenido, conjuntados cuidadosamente con otros tipos de artes y de técnicas narrativas, podían haberse convertido en un importante instrumento para el maestro.

La tarea educativa no es exclusivamente proporcionar instrumentos básicos de percepción, sino también desarrollar el razonamiento y la facultad de discriminación con la experiencia social normal. Es erróneo suponer que existe una diferencia básica entre educación y diversión. Esta distinción no hace más que liberar a la gente de sus responsabilidades de entrar en el fondo del asunto. Es lo mismo que establecer una distinción entre la poesía didáctica y la lírica basándose en que una enseña y la otra divierte. Y sin embargo, nunca ha dejado de ser cierto que lo que agrada, enseña de modo mucho más efectivo.

Por otro lado, Charles (1987), menciona que la década de los 70's, se produjo un gran número de investigaciones en torno a los dos aparatos culturales más importantes de la vida moderna: la educación y los medios de comunicación. Los estudios realizados sobre educación enfatizaban los problemas advertidos dentro del aparato escolar, tales como la carencia de una planeación escolar, el descenso de la calidad de la enseñanza y la poca o nula relación entre la educación y los problemas nacionales.

Mientras tanto, la preocupación principal respecto de los medios de comunicación, giraba en torno al gran éxito de éstos y su poder de penetración en los diversos sectores de la población.

Los problemas educativos han suscitado permanentemente importantes debates entre pedagogos y especialistas. Ello se debe, en parte, a que la educación no es exclusivamente un proceso psicológico de aprendizaje, sino un proceso complejo, a través del cual se produce preferentemente un proceso de socialización, se adquieren valoraciones sobre la realidad y se adoptan pautas de comportamiento y actitudes frente al mundo.

Según Valdéz (1987), el desarrollo intensivo de la comunicación, favorecido por el avance tecnológico, inaugura una era de vinculaciones estrechas entre comunicación y educación. Según este autor, "el rápido desarrollo de la comunicación en la mayoría de los países, la extensión de diversas formas de comunicación social y en particular de la comunicación audiovisual, combinada con la generalización de la informática, ofrecen nuevas perspectivas y multiplican las relaciones entre lo educativo y la comunicación. Dotada de un mayor valor educativo, la comunicación engendra un medio educativo".

Este fenómeno trasciende los límites de la escuela, debido a que existen un conjunto de instituciones y medios por los que directa o indirectamente se transmiten contenidos educativos que antes eran desarrollados fundamentalmente en la escuela. En este

sentido, los medios masivos se han convertido en uno de los mecanismos a través de los cuales se proponen valores, estereotipos y expectativas sociales.

De lo anterior podemos concluir que, si bien es cierto que los medios de comunicación no son una panacea, también es cierto que en la actualidad se conoce poco de su potencial para lograr beneficios concretos en la colectividad, incluyendo sus posibilidades educativas.



## C A P I T U L O    2

### T E L E V I S I O N

Hoy por hoy, la televisión es un elemento tan habitual del ambiente de la casa como la estufa, una mesa etc. Así pues, el contacto con ella se inicia desde las primeras horas del día, ya que son muchas las actividades que se realizan con la televisión prendida, lo cual revela que es un medio con una gran penetración que llega tanto a las grandes urbes como a las áreas rurales. Resultando así ser la gran ventana que lleva hasta los hogares: noticias, novedades, modas, educación, cultura y entretenimiento a través de una variada programación, presentada en horarios estratégicamente organizados de acuerdo a un tipo de auditorio esperado.

El desarrollo tecnológico de la televisión fue tan acelerado, que en sus primeros años la incipiente industria se vió en la necesidad de copiar procedimientos de otros medios, principalmente de la prensa y de la radio.

En pocos años, la televisión dejó de ser un experimento y se convirtió en parte de la vida cotidiana. Por su ubicuidad y la devoción de su audiencia, la televisión rápidamente se convirtió en el medio masivo más importante de la segunda mitad del siglo XX, (Eco, 1973).

Se puede inferir la importancia que ha adquirido la televisión de acuerdo al volumen de televisores por hogar en la actualidad. Una investigación acerca de la audiencia televisiva en los Estados Unidos suministró pruebas explícitas: alrededor del 50% de los entrevistados respondieron que pasar 3 o más horas al día viendo televisión era "lo correcto" para el adulto medio y el 60% (tanto hombres como mujeres) manifestó que la televisión era un invento que durante los últimos 25 años había hecho de la vida algo "más divertido, agradable e interesante".(Steiner, 1963, p.76 y 22). La conclusión a que llega Wilensky (1964, p.195) en el sentido de que "La televisión se ha convertido en el elemento más importante del tiempo libre, en cualquier nivel", parece estar hoy mas allá de toda discusión, y no existe razón alguna para atribuir a este fenómeno un carácter pasajero o local.

## **2.1 EFECTOS DE LA T.V. EN LA AUDIENCIA**

No hay duda de que la televisión tiene una enorme influencia sobre nuestras vidas. Es cierto que la televisión es una fuerza que domina nuestra cultura, hecho que se demuestra mencionando que según datos del Instituto de Investigación de la Comunicación, A.C. (1987), el 98% de los hogares mexicanos, tienen al menos un televisor, y el promedio de televisores por hogar es de 1.5.

La influencia de la televisión es mayor en la gente joven, niños y adolescentes, quienes según estudios de Wartella y Rives (1982) realizados en los Estados Unidos, utilizan 4 ó 5 horas en promedio viendo televisión y que acumuladas exceden al tiempo que pasan en el salón de clases, (Hallerman, 1974).

En México también se han realizado estudios sobre los efectos de la exposición asidua y constante de la población a programas televisivos. Por ejemplo, una investigación del Instituto Nacional del Consumidor (1983) demuestra que los niños mexicanos ven en promedio 4 horas diarias de televisión; es decir, el 28.57% del tiempo que permanecen despiertos.

Desde que la televisión adquiere carta de naturaleza en los hogares, se está investigando permanentemente la influencia que pueda tener. Aunque en su mayoría, dichos trabajos se centran en la población infantil, se han estudiado, ya sea en forma cualitativa o cuantitativa, los efectos cognitivos, afectivos, éticos y de comportamiento.

Uno de ellos, Heinz (1983) señala que el universo infantil estuvo en un tiempo limitado a su ambiente familiar, los niños imitaban a sus padres y a sus compañeros de juego, pero ahora ellos imitan a los personajes que ven en la televisión.

El estudio de Buerkel y Cols. (1983) demostró que la televisión refuerza actitudes tomadas por los sujetos de un determinado patrón social.

Los estudios, acerca de la actitud de los niños y ver la televisión, están basadas principalmente en dos postulados de la teoría del aprendizaje social:

1) Los niños pueden, y de hecho lo hacen, aprender conductas apropiadas a través de la observación de modelos (incluyendo modelos de televisión) sin reforzamiento directo. 2) Los niños pretenden maximizar las recompensas personales, usualmente en forma de reforzamiento por imitación.

Uno de los métodos para medir los efectos de la televisión, consiste en estudiar a los sujetos antes y después de que han sido expuestos a programas específicos o a determinado tipo de programas, a fin de advertir los cambios ocurridos en su conocimiento, sus actitudes o su conducta, que no se observan entre los sujetos que no fueron expuestos a los programas. Este método ha sido utilizado en una extensa serie de estudios realizados en Australia por Emory y Thomson, así como en estudios realizados en Estados Unidos, Francia y Alemania.

Nuffield, (s/f) realizó un estudio, para medir qué tipo de programas prefieren ver los niños. Un breve resumen de los resultados se presenta a continuación: abrumadoramente, los niños

seleccionan los programas que divierten más que los que educan. Sus programas favoritos son caricaturas, aventuras del oeste, dramas de animales, y crímenes, así como comedias que tratan temas familiares. Una gran cantidad del tiempo que los niños invierten en ver televisión lo dedican a programas concebidos para los adultos. En un estudio se observó que los niños de primer año dedicaban 40% del tiempo en ver programas de este tipo, mientras que los niños de quinto y sexto grados, el 80%

Aguilar y Díaz Barriga (1986), mencionan que entre los niños mexicanos existe preferencia por los programas de dibujos animados (40%), un 23% series infantiles norteamericanas, series infantiles nacionales un 21%, el 14% telenovelas y el 2% por otro tipo de programas.

Los niños de 3 y 4 años prefieren programas de caricaturas con dibujos animados, que se caracterizan por su trama sencilla, elevada dosis de acción y cambios de secuencia rápidos. Los de 5 y 6 años prefieren los programas de super héroes, cuya trama es más compleja, e interactúan un mayor número de personajes y hay más diálogo.

Así mismo Nuffield (ob. cit.), señala que a pesar de que se transmiten programas educativos, pocos niños los prefieren ante un programa divertido. Con esto no se quiere decir que los niños no aprendan con la televisión, pero comúnmente este hecho es incidental al valor de entretenimiento de un programa.

## 2.2 RELEVANCIA PSICOLOGICA

Sudefeld, Little, Rank y Ballard (1986), mencionan que la mayoría de las investigaciones con respecto a la televisión y conducta humana se han enfocado hacia los niños, y cuando han sido incluidos adultos, el énfasis generalmente ha sido en aspectos sociales.

Algunas investigaciones han tratado el ver televisión, como una función de características demográficas e individuales (e.g. Israel y Robinson 1972). Otros han tratado los efectos de la televisión en diferentes aspectos de la vida, incluyendo: deportes (Harmond, 1979 y Kirby, 1979), estructura familiar y su funcionamiento (Mc Leod, Fitzpatrick, Glynn y Fallis, 1982), creencias políticas y conducta (revisado por Comstock, Chaffee, y Katzman, 1978), conductas del consumidor (Comstock et al., 1978, Atkin 1982), concepciones de la realidad social (Hawkins y Pingree 1982) y la crisis urbana (Muccigrosso, 1979).

Estos mismos autores estudiaron la relevancia psicológica de la influencia de la televisión. ¿Cuáles son las dimensiones o características a través de las cuales la televisión influye en los telespectadores adultos?

Cuatro parecen ser los más sobresalientes: 1) el nivel de estimulación, 2) la estructura de la información, 3) los contenidos de la información y 4) el impacto en los repertorios conductuales.

#### 1) El nivel de estimulación

Se refiere a los cambios en la estimulación sensorial que ocurren en función de ver televisión. Por un lado, el ruido ambiental y la estimulación visual, se espera se incrementen con la televisión, especialmente en televidentes constantes (Mendrich 1979), donde el televisor está prendido la mayor parte del tiempo. Se espera que esto ocurra aún cuando la atención de la gente no esté completamente puesta en el televisor. Por otro lado, el ver televisión puede desplazarse a una alta estimulación en actividades, decrementando el nivel de estimulación neta experimentada por los miembros de la familia.

#### 2) La estructura de la información

Se refiere a las características de la estimulación visual y auditiva mas allá de la cantidad. Incrementos en tales estructuras o variables colectivas (Berlyne 1960) como complejidad y sorpresa e incongruencia, puede esperarse que ocurran con la introducción de la televisión.

3) El contenido puede caracterizarse de diversas formas, desde la perspectiva de los tipos y rangos de objetos a los cuales los individuos son expuestos. Los espectadores también son expuestos a conductas ajenas como la violencia o las costumbres de grupos remotos o desviados. El número y tipo de dichas experiencias de segunda mano dependen de la selección de un programa específico y de su novedosa variedad con la experiencia en la vida real de los espectadores.

4) La introducción de los aparatos de televisión dan como resultado un cambio en la distribución y dinámica de las conductas; la televisión constituye en sí misma el más nuevo inductor de conductas. Estudios previos han indicado que la televisión influye en la conducta y las actitudes de sus espectadores. Existe acuerdo en aceptar que los dos componentes están realmente relacionados (Oskam, 1977; Rajewski, 1982).

Las conclusiones indican que los efectos de ver televisión en las áreas señaladas, no son abrumadores ni directos. Teóricamente, el incremento de la exposición a una variedad de situaciones problema vía televisión, incrementa la resolución de problemas. Además la televisión provee altos niveles de estimulación y conduce a incrementar la espectación.



El balance del gran cúmulo de investigaciones realizadas hasta la fecha, autoriza a señalar un resultado preocupante: las conclusiones de estudios que abordan el mismo problema, a veces con diseños comparables, son contradictorios, la existencia de desacuerdos se observa en todas las dimensiones que se han investigado en busca de la posible influencia de la televisión.

### 2.3 ESTEREOTIPOS

Según Delval (1987), la televisión transmite una determinada imagen de la realidad, y generalmente está muy cargada desde el punto de vista ideológico. La ideología es una representación deformante de la realidad, no porque sea falsa, sino generalmente porque es parcial, y porque descuida aspectos importantes de ésta. Es decir, nos presenta una realidad seleccionada en la que los personajes actúan siguiendo ciertas reglas que a menudo no son explícitas para el espectador, pero que se presentan como deseables o imitables. Todos los aspectos de las relaciones sociales, las relaciones entre hombres y mujeres, entre jefes y subordinados, entre pobres y ricos, entre padres e hijos, las opiniones sobre el sexo, la religión, el dinero, el poder, la guerra y la paz, aparecen presentadas de una determinada manera en los programas televisivos.

La influencia que los modelos televisivos ejercen sobre gran parte de la gente en la formación de valores y las reglas sociales, es enorme.

Greenfield (1984) menciona que algunos de los aspectos de influencia social son, en primer lugar, los estereotipos acerca de los papeles sexuales. La televisión transmite una visión determinada de las relaciones entre los sexos. Puede decirse que en general la televisión transmite siempre visiones muy conservadoras, es decir, muy diferentes a lo que existe, y en donde el cambio no aparece. Las mujeres desempeñan casi siempre papeles de madre, esposa o amante y rara vez ocupan papeles principales. En la publicidad se subraya siempre la importancia de la belleza física y se enseña a las mujeres a preocuparse extraordinariamente por el aspecto exterior, en comparación con lo que suele hacer con los hombres. Esta misma autora menciona que desde muy pequeños, los niños que ven más televisión tienen unas ideas más estereotipadas sobre el papel de los sexos, que los que la ven menos.

En resumen, la fuerza de la televisión para facilitar que se produzcan determinadas conductas y actitudes es considerable. Recuerda Greenfield que, el día siguiente de la edición de un capítulo de una serie popular en la que el protagonista sacaba el carnet para entrar en una biblioteca pública, se produjo un aumento de cinco veces en el número de lectores en las

bibliotecas de Estados Unidos. Se puede decir que la televisión no crea de la nada las conductas, pero las puede orientar fuertemente en un sentido o en otro.

En un estudio realizado por Kevin (1984) para investigar cómo los niños perciben los estereotipos en la televisión, fueron entrevistados individualmente niños entre 4 y 9 años; se les pidió que discutieran los rasgos de una serie con alta estereotipia en las conductas de hombres y mujeres mostradas por la televisión.

Los hallazgos encontrados fueron: que todos los niños tienen información suficiente para elaborar sus propias interpretaciones del material visto y cuestionado. Además, los niños parecen tener bastante conocimiento acerca de las divisiones convencionales del rol social y lo usan para explicar y elaborar sobre los elementos vistos.

Charles (1987), menciona que los telespectadores están expuestos a gran cantidad de contenidos: la mayor parte de ellos muestran "un deber ser" estereotipado acerca del pensar y del hacer. "Los estereotipos son generalizaciones y simplificaciones de la realidad que afectan el ámbito de las creencias, de las opiniones y de los significados" (p.9). Pero no sólo se mueven en el ámbito de la conciencia, sino también crean formas de comportamiento y

de acción. Esto se debe a que influyen tanto en la manera en que el hombre percibe al mundo, como en la forma de interactuar en él.

La televisión, aunada a otras instituciones socializadoras, crea y difunde significados, de tal manera que en el hombre se introyectan determinadas formas de ver el mundo, y por ende, determinadas formas de comportamiento social. Por eso el aprendizaje que se realiza por medio de la televisión puede tener lugar sin que el sujeto se de cuenta y sin que haya participación en una actividad de enseñanza. El aprendizaje puede ocurrir sin el objetivo explícito de aprender.

De esta manera, la televisión, en forma sutil e invisible influye -a través de sus contenidos programáticos- en la forma como el hombre construye y percibe la realidad que lo circunda, y le proporciona elementos para interactuar socialmente, lo que significa que la televisión educa al individuo e influye en su conformación cultural.

## C A P I T U L O 3

### TELEVISION EDUCATIVA

Las investigaciones que se han realizado con respecto al poder educacional e informativo de la televisión son, entre otras, las de Freeman (1962); acerca del aprendizaje por medio de películas y programas de televisión como instrumentos educativos. Dicha investigación se centró principalmente en la evaluación minuciosa, sobre la base de la experimentación, de la eficiencia relativa de este medio. En la actualidad, la televisión se utiliza ampliamente para objetivos específicos relacionados con la promoción de nuevas prácticas y con el fomento de la educación.

Desde el descubrimiento de la televisión la gente se ha preguntado acerca de sus efectos sobre las actitudes, valores y el comportamiento. Ya se ha sugerido que no se puede tener respuestas a estas preguntas estudiando solamente a la televisión, (Hallerman, 1974). De hecho, la familia tiene gran importancia por su intensidad y cercanía en la formación de éstos. En gran medida, no se trata de la influencia de la televisión en sí misma, sino de su influencia a través de relaciones interpersonales y de las situaciones sociales. Por ejemplo, aquello que se aprende de los modelos televisivos y de ver la televisión puede ser generalmente experimentado y aplicado

en las relaciones de cada día y en las situaciones sociales. Si parece que funciona, si marcha bien o provee una cierta satisfacción, entonces tendrá lugar un reforzamiento y podrá ser establecido un modelo de influencia.

Podemos observar la influencia de la televisión desde diferentes perspectivas. La televisión puede ser considerada como un posible maestro del comportamiento, adecuado en una variedad de posiciones, condiciones y situaciones: a) como presentadora de modelos de conducta, b) como proveedora de información que logra extenderse mucho más allá de la experiencia inmediata de cada uno, c) como suministradora de definiciones y d) como elemento que nos facilita el conocimiento, incluso los estereotipos, en situaciones inciertas y poco claras. Nos puede ofrecer una amplia variedad para la apropiación de modelos que de otro modo no serían alcanzables; nos sugiere valores e ideales adecuados para posiciones particulares; nos refleja diversos aspectos de la cultura popular que otros agentes no pueden transmitir.

Existen también otros medios a través de los cuales puede ejercer cierta influencia indirecta, pero la posibilidad de que la televisión ejerza una influencia indirecta, a través o en colaboración con otros agentes debe ser estudiada con mayor profundidad.

### 3.1 MODELOS DE LA TELEVISION MEXICANA

La televisión mexicana está dividida en dos grandes rubros: la televisión comercial y la estatal.

La televisión comercial está en manos de la iniciativa privada, unidos en un consorcio denominado Televisa y transmite a través de los canales 2, 4, 5 y 9. Sus objetivos principales son, el entretenimiento, la información y la cultura.

La televisión estatal tiene como objetivo primordial un fin educativo, es decir apoyar y auxiliar la educación popular, informar, difundir la cultura, dar a conocer servicios y el entretenimiento, a través de la cadena denominada Imevisión, y transmite por lo canales 7, 13, y 11. (ponencia del 2o. Encuentro de la Comunicación Mundial 1979)

Rojas (1985), menciona que el uso educativo de la televisión, se gesta en una época crítica para la nación, el movimiento estudiantil de 1968, durante el período de gobierno del presidente Díaz Ordaz. Las acciones gubernamentales en este campo, aunque significativas, han sido las más de las veces improvisadas, dispersas, desarticuladas, discontinuas y poco coherentes. Diversos organismos del gobierno han participado en el uso educativo de la televisión. Sin embargo, hasta la fecha no ha existido un organismo capaz de sistematizar, racionalizar, planificar y evaluar los esfuerzos gubernamentales en esta área.

Así, el elevado financiamiento y los innumerables recursos humanos y materiales que el Estado ha destinado a esa labor han sido desaprovechados en buena medida. Sus programas se han orientado principalmente a apoyar programas de educación formal escolarizada o a brindar substitutos de ésta.

### 3.2 LA EDUCACION FORMAL EN LA T.V.

La educación formal corresponde al sistema educativo estructurado, que se rige de acuerdo a determinados planes y programas de estudio, es sistemática y progresiva y abarca desde la educación preescolar hasta la universidad. La educación formal implica por lo general, la relación maestro-alumno. Entre sus objetivos principales está el transmitir a los educandos las herramientas necesarias para adaptarse a la vida social y laboral (Charles 1987).

Como ejemplo de programas de educación formal tenemos, la telesecundaria, que es la más importante en este sentido. Durante el período 1981-1982, la telesecundaria absorbió el 3.7% de la matrícula nacional de estudiantes, concentrada en los sectores marginados de la población.

Asimismo, señala Charles, que el uso de la televisión en la enseñanza formal presenta grandes ventajas, como son: llegar a amplios sectores de la población que de otra manera quedarían al



margen de los diversos niveles educativos, y abatir los costos por educando, en relación con los que implica la enseñanza escolarizada.

Las desventajas serían el que entorpece la creatividad y la interrelación del docente y los educandos; no permite la adecuación de contenidos a la realidad concreta de aquéllos.

Además, en los programas no se aprovechan todas las posibilidades del medio, ya que en la mayoría de ellos se traslada el tradicional contexto magisterial a la pantalla televisiva y, por último, debido a que se favorece el concepto de educación que se considera como una mera transmisión de información.

### 3.3 LA EDUCACION NO FORMAL EN LA T.V.

Por otro lado, la educación no formal pretende generar un cambio en las condiciones sociales o económicas de los educandos a través de programas realizados con un propósito específico.

La educación no formal surge de la búsqueda de creación de formas alternativas de educación, distintas a las escolarizadas. Los programas de educación no formal tienen las ventajas de abatir costos y contar con mayores posibilidades para adecuarse a las necesidades de los destinatarios y lograr una mayor vinculación con la comunidad. Este tipo de adecuación está destinada

primordialmente a los grupos y sectores sociales marginados; de ahí que entre sus objetivos primordiales esté el de coadyuvar a disminuir la desigualdad social, al proporcionar a los receptores una serie de herramientas para mejorar sus condiciones de vida. Los programas de educación no formal abordan generalmente problemas específicos que responden a necesidades concretas.

Como ejemplo de programas televisivos de este tipo se encuentra, capacitación agropecuaria, que se inició a mediados de 1980 con el propósito de mejorar la producción en el campo y así afrontar la escasez de alimentos (Rojas 1985).

En los programas televisivos de educación no formal también se pretende producir un aprendizaje consciente, pero sus objetivos no necesariamente responden a un plan formalizado ni estandarizado, ya que buscan responder a un problema específico de la comunidad.

### **3.4 LIMITACIONES DE LA T.V. EDUCATIVA**

Tanto Rojas como Charles opinan que el uso de los medios de comunicación en la educación formal y no formal implica la intencionalidad explícita del emisor para generar el aprendizaje que conduzca a determinados objetivos. No obstante, el uso educativo de la televisión ha presentado hasta ahora una serie de problemas como los siguientes:

-La televisión educativa no ha definido un estilo propio; ha copiado las pautas de la televisión comercial o bien, ha usado un lenguaje muy pobre con escasos recursos técnicos y expresivos. Esto la convierte en un género aburrido y con pocos receptores.

-Concibe a la educación como un mero proceso de transmisión de información y no respeta el pluralismo cultural e ideológico. Muchas veces se traslada a la pantalla la situación magisterial, desaprovechando los recursos del medio.

-Por lo general, su uso ha sido un paliativo ante la crisis del aparato escolar y ante las contradicciones sociales acumuladas, pero no ha logrado resolver el problema educativo en la capacitación laboral para aquellos sectores marginados del aparato escolar.

### **3.5 ALTERNATIVAS**

La televisión constituye un instrumento que contribuye a las diversas modalidades de la educación formal y no formal de los educandos. En términos generales, los responsables del funcionamiento del sistema educativo del país hacen caso omiso de

esta relación, ya que parten del supuesto de que la escuela es el espacio del aprendizaje, mientras que la televisión es el espacio del entretenimiento.

Por ello, debe considerarse la necesidad de que todo el sistema educativo, que abarca desde la educación preescolar hasta la educación superior, mantenga una posición clara ante el problema, ya que la influencia de los medios de comunicación y sobre todo de la televisión en el público del país, plantea nuevas perspectivas de análisis sobre la relación de la educación y los medios de comunicación

Una de las formas en que se puede instrumentar el aprovechamiento de la televisión en el salón de clases, consiste en la utilización de determinados contenidos provenientes de la televisión, como núcleos generadores de nuevos aprendizajes. De esta manera, una caricatura, un programa de aventuras, una telenovela o una noticia en particular, tienen el potencial propio para constituirse en un punto de partida para la investigación, para la profundización de temas, para promover las más diversas actividades educativas.

En fin, utilizar el material proveniente de la televisión (de la comercial principalmente) como núcleo generador de aprendizajes, implica aprovechar algunos programas que sean de la preferencia del teleauditorio como punto de arranque para generarlo, en toda su variedad y forma.

## C A P I T U L O 4

### LA TELENVELA

El género telenovela, había sido tradicionalmente concebido como un tipo de programa que no tenía mas función que cumplir que la de proporcionar entretenimiento a la audiencia. Sin embargo, con el tiempo se empezó a concebir la posibilidad de hacer que las telenovelas cumplieran otras funciones, sin que por ello perdieran la aceptación de la audiencia.

#### 4.1 ANTECEDENTES

Cantor y Pingree (1983), señalan que la telenovela, tal como la conocemos ahora, es un género televisivo carente de un autor específico; es fruto de múltiples creadores, escritores, productores, pero sobre todo, producto de la experiencia tanto en la radio como en la televisión.

Las "Soap Operas", óperas o dramas de jabón, tienen su antecedente más lejano en los Estados Unidos de América, en los años 20,s. Señalan estos mismos autores que este género procedente de la radio, era patrocinado por los productores de jabón, quienes al ver que el género interesaba a las mujeres y eran ellas su principal fuente de compra de productos en el supermercado, descubrieran que mercadotécnicamente, las señoras

podían escuchar la "Soap Opera" de la mañana, mientras realizaban las labores del hogar, después de haber terminado con patrones de conducta rutinarios como dejar a los niños en la escuela, ir al supermercado, etc. Fue por esta razón que las "Soap Operas" optaron más adelante por un horario matutino tal como lo fue en México durante años, hasta la desaparición de la XEW. De esta manera, es posible que hayan sido los patrocinadores quienes llevaron a los escritores de este tipo de series a convertir en personajes centrales de identificación a las amas de casa para que comprasen sus productos en los supermercados.

Los intentos de llevar las radionovelas a la televisión empezaron en 1946, 47 y 50 con episodios de 15 minutos de duración; sólo con el tiempo, mediante ensayo y error, se llegó a la fórmula de 30 minutos diarios o una hora.

#### **4.2 MODELO DE LA TELENVELA MEXICANA**

Sabido (1981), citado en Galindo (1986), menciona que existen diversos géneros en la telenovela:

- 1) La telenovela tradicional.

En ella se atacan y defienden indiscriminadamente valores frecuentemente contradictorios, provocando confusión moral en el público. En este tipo de

telenovelas la experiencia vicaria, introyección de lo que sucede en la pantalla por parte del público, se anula y se niega por falta de congruencia moral.

2) La telenovela tradicional con interés social.

Que apoya un valor de manera consciente aunque sin contar con un marco axiológico y teórico conforme a los cuales se estructura la telenovela. Aquí la experiencia vicaria sí se acepta aun cuando no se utiliza intencionalmente.

3) La telenovela de refuerzo de valores nacionales.

Que refuerza un valor o una trama de valores tendientes a motivar la solidaridad e integridad nacional. Proporciona información concreta a través de la exposición de una realidad histórica y promueve la experiencia vicaria mediante una línea anecdótica de la realidad cotidiana. Las telenovelas históricas establecen el fundamento para un marco teórico y uno moral.

4) La telenovela de contenido social estructurado.

Que refuerza un valor o una trama de valores sociales, proporciona información concreta sobre la infraestructura que permite a la audiencia el ejercicio de conducta; sintetiza diariamente las conclusiones morales y comprueba científicamente el marco teórico y

el moral establecidos por las telenovelas históricas. Aquí la experiencia vicaria se utiliza intencionalmente por medio de los personajes de identificación para reforzar los valores propuestos.

#### 4.3 DEFINICION DE TELENOVELA

De acuerdo con lo anterior la telenovela se define de acuerdo a sus características como:

Un relato dramatizado que enfrenta los "universos del bien y del mal", a través de personajes y situaciones que conforman una anécdota. La anécdota se presenta dividida en varios capítulos, que siguen la secuencia de una historia que se reitera. En la anécdota los buenos son compensados y los malos castigados. Al final se transmite que el bien debe triunfar (Sabido ob.cit.).

#### 4.4 CARACTERISTICAS:

- La anécdota es dividida en capítulos, cuya duración generalmente es de 30 ó 60 minutos presentados secuencialmente ya sea de lunes a viernes o semanalmente.
- Al final de cada secuencia o de cada capítulo, la tensión dramática se intensifica con el propósito de crear expectativa.



- La intensidad dramática se enfatiza por medio de la música y los encuadres.

- El ritmo de narración de la telenovela es lento en relación con otros géneros televisivos, puesto que se dosifica en capítulos esenciales. Por su parte el ritmo del capítulo debe ser ágil, señalado por la actuación y por los suspensos.

- La música es bastante enfatizada para dar intensidad dramática a la historia.

- Los acercamientos profundos son usados para crear en la historia una atmósfera personal e íntima.

#### 4.5 POSIBLES EFECTOS EN LA AUDIENCIA

- Se produce una atmósfera de intimidad con los actores de la historia.

- Se logra en la audiencia un gran sentimiento de afinidad y lealtad.

- Una vez interesado en la historia el espectador ve más frecuentemente los episodios.

- La audiencia tiende a imitar, en situaciones de la vida real, la conducta de los actores principales, quienes les sirven como modelos.

- La audiencia tiende a identificarse con los actores presentados como "buenos" y no con los que se muestran como "malos"
  
- El curso de la historia y el cúmulo del estratagema revelado, produce y mantiene en suspenso a la audiencia.
  
- La audiencia se encuentra en un estado constante de excitación, a partir de la tensión producida por la confrontación de personajes "malos" y "buenos".
  
- La excitación producida por la telenovela y la identificación con los modelos presentados facilita el cambio o reforzamiento de ciertos valores sociales.
  
- Es posible modificar o reforzar la identidad y homogeneidad de un grupo social para llevar a cabo un cambio o reforzamiento de los valores sociales.

#### **4.6 ANTECEDENTES DEL MODELO LATINOAMERICANO**

Asimismo, Sabido (ob.cit.), señala que el origen del modelo latinoamericano tradicional se debe a que desde principios de siglo, las empresas transnacionales norteamericanas han considerado a Latinoamérica como tierra natural de conquista y explotación de productos.

Colgate Palmolive y Procter and Gamble, las dos grandes compañías de jabón de los Estados Unidos, empezaron a establecer filiales en toda Latinoamérica después de la Primera Guerra Mundial. En estas filiales y como copia de las casas matrices, se establecieron departamentos de investigación de mercados, de promoción de productos y producción de anuncios comerciales y programas. En este punto, las radionovelas no eran sino el pretexto para que departamentos de este tipo, mejor organizados, insertaran los comerciales. Pronto se advirtió el poco éxito de estos intentos ya que quisieron trasladar el modelo tradicional de la "Soap Opera" norteamericana, en la cual se desarrolla una historia con los mismos personajes durante años, a un público con una ideología y cultura diferentes de los Estados Unidos. Por lo tanto se iniciaron investigaciones especializadas para encontrar las variantes necesarias; así fueron naciendo las características de las radionovelas Latinoamericanas, en las que de acuerdo a gustos de la audiencia se prefieren historias llenas de magia y coincidencias casi inverosímiles, altamente melodramáticas, completamente anecdóticas, muy emotivas, con peripecias desmesuradas y coincidencias fuera de toda ley de probabilidades.

En el año de 1955, la compañía jabonera Colgate Palmolive, transmitió la primera telenovela en México, que tenía una duración de 50 capítulos de 30 minutos, en el canal 4 y en horario vespertino, según habían señalado los expertos en mercadotecnia, era donde se encontraba la audiencia blanco de

amas de casa, clientes potenciales de dicha empresa. La serie se anunciaba como "su telenovela Colgate" y pasaba de lunes a viernes.

#### 4.7 LA TELENOVELA COMO RECURSO EDUCATIVO

Miguel Sabido y colaboradores (1975), en un esfuerzo por desarrollar nuevos esquemas de televisión educativa, estudiaron la posibilidad de usar la telenovela como vehículo educativo. Se eligió a la telenovela por dos factores primordiales:

- 1) La telenovela es el género de televisión que goza de mayor preferencia entre el público mexicano. Los "ratings" de estos programas fluctúan entre los 24 y 50 puntos y, en cada registro mensual, las telenovelas que están al aire en el correspondiente periodo de tiempo aparecen dentro de los 20 programas de la televisión más sintonizados, mientras que programas como "Introducción a la Universidad" ha alcanzado como máximo 2.5 puntos de rating y compárese con el antes mencionado de 24 puntos por lo menos. Esta comparación aporta la

##### \*RATING

Es el porcentaje de televisores sintonizados en un determinado programa sobre el total de aparatos existentes. Este tipo de medición se ha empleado como indicador indirecto y aproximado del grado de aceptación de un programa por parte de la audiencia, así como del grado de penetración total de tal programa en la población total.

evidencia para afirmar que la telenovela es un género que llega a un sector mucho más amplio de la población que el programa educativo-cultural.

Un estudio posterior, realizado por el IMEC en el año de 1977, vino a complementar esta observación. En este estudio, se encontró correlación significativa entre el gusto por la telenovela y el nivel de educación formal de secundaria hacia abajo. Esto permite afirmar que la telenovela es un género que principalmente penetra en sectores que tienen un nivel educativo formal de enseñanza media o equivalente hacia abajo, lo que significa tener poder de penetración en los sectores de la población más necesitados de educación.

- 2) El segundo factor de importancia, es el que la telenovela produce identificación por parte del teleauditorio con los protagonistas de la historia.

#### 4.8 EXPERIENCIA CON LAS TELENÓVELAS EDUCATIVAS EN MÉXICO

Rojas (1985), señala que Televisa se introdujo en el campo instruccional por primera vez en el año de 1975, con la transmisión de la telenovela "Ven Conmigo". Esta innovadora telenovela buscaba impulsar el Plan Nacional de Educación para Adultos, a cargo de la SEP, para divulgar su existencia y

características y estimular a la población analfabeta para que se inscribiera a éste. La realización del melodrama se hizo en coordinación con la SEP, CEMPAE, e ILCE. Una evaluación posterior de la telenovela asoció la transmisión de ésta con un considerable aumento en la matrícula de estudiantes inscritos (63%) durante el periodo de la emisión y se calculó que cuando menos 3.87 millones de espectadores (según datos del rating), tan sólo en el área metropolitana, se expusieron a esta programación.

Posteriormente se realizó "Acompañame", cuyo objetivo fue persuadir a la población para que utilizara anticonceptivos y acudiera a los servicios especializados de control natal. Cuando se evaluó la eficacia de la telenovela, Televisa asoció un considerable aumento de nuevos usuarios (32.5%) de estos servicios públicos durante el periodo que se difundió la serie, entre agosto de 1977 y abril de 1978.

Dentro de las experiencias con telenovelas de refuerzo social, a continuación se presentan datos de audiencia de algunas de ellas.

#### VEN CONMIGO

Constó de 280 capítulos transmitidos de lunes a viernes de 17:30 a 18:00 hrs., del 17 de noviembre de 1975 al 10 de diciembre de 1976, por el canal 2 con un rating promedio general de 33 puntos de audiencia.

#### ACOMPAÑAME

Se transmitieron un total de 180 capítulos de lunes a viernes de 18:30 a 19:00 hrs., del 15 de agosto de 1977 al 21 de abril de 1978, por el canal 2, con un rating promedio general de 29 puntos de audiencia.

#### VAMOS JUNTOS

180 capítulos transmitidos de lunes a viernes de 17:00 a 17:30 hrs., del 26 de julio de 1979 al 7 de abril de 1980, por el canal 2, con un rating promedio general de 15.

#### 4.9 EXPERIENCIA CON LAS TELENVELAS HISTORICAS EN MEXICO

Las telenovelas históricas tuvieron su origen en el año de 1967 cuando se realizó un audaz experimento, cuyo objetivo consistió en utilizar las telenovelas mexicanas para promover el esparcimiento y proporcionar al mismo tiempo elementos que contribuyeran al conocimiento y examen de los diferentes periodos de la historia nacional, llevando además un mensaje altamente cívico y social.

La primera de ellas fue "La Tormenta", cuya finalidad era ofrecer un mensaje que humanizara la figura de los héroes mexicanos, particularmente Benito Juárez, y brindara la oportunidad de comprender la historia de México.

En los años siguientes, se realizaron otras tres telenovelas históricas: en 1968 se produjo "Los Caudillos" la cual narra el periodo de la Independencia de México, en 1970 salió al aire "El Combate" o "La Constitución", periodo del cual trataba la telenovela; y el "Carruaje", serie que reseñaba la personalidad de Juárez y su lucha por la libertad de nuestra patria.

El año de 1988, se proyectó la telenovela histórica "Senda de Gloria", una coproducción de Televisa y el Instituto Mexicano del Seguro Social, y cuyos objetivos fueron similares a los de las telenovelas anteriores, tratando los problemas políticos y sociales que vivió el país durante el periodo post-revolucionario.

La aceptación del público hacia este tipo de telenovelas mostró que este programa no sólo era una forma de entretenimiento con éxito comercial, sino también una de las formas idóneas para proporcionar educación no formal al público televidente.

Con respecto a la telenovela histórica "Senda de Gloria", se desarrolló el presente trabajo de tesis, investigando si realmente se logra el objetivo de generar aprendizaje en las personas que se exponen como parte de su entretenimiento diario a este tipo de telenovelas y en qué grado se da este aprendizaje. Asimismo, si al comprender cómo se gestaron los distintos movimientos de esta época, se genera un cambio en la actitud hacia los diferentes personajes que los protagonizaron.



## C A P I T U L O 5

### TEORIAS SOBRE EL APRENDIZAJE A PARTIR DE LOS MEDIOS

En capítulos anteriores se ha hablado de la influencia de los medios de comunicación, especialmente de la televisión, que produce identificación, aprendizaje, imitación de modelos etc., por lo que a continuación se presentan algunas de las teorías más relevantes acerca del tema.

#### 5.1 LA TEORIA DEL APRENDIZAJE SOCIAL

En el libro "Toward the Social Use of the Soap Operas (1981), se menciona que para Bandura, la identificación es un "proceso por el cual una persona "confronta" sus pensamientos, sentimientos y acciones con los de otra persona que actúa como modelo" (p.26). Así, un evento identificatorio es definido como: "La ocurrencia de similitud entre la conducta del modelo y de otra persona, bajo condiciones en las que la conducta del modelo ha servido como clave determinante de la paridad de conductas" (p.27). Se dice pues, que hay identificación cuando se asemejan las conductas del modelo y del observador, y cuando tal unificación se da en función de la exposición a señales modeladoras.

Un evento identificatorio, involucra un proceso de aprendizaje en la medida que el observador adopta las conductas, sentimientos, ideas, etc., del modelo.

## 1) Factores Determinantes de la Identificación

Cómo es que ocurre esta identificación?, por qué las personas se identifican con algunas personas y no con otras?.

Bandura trata de dar respuesta a estas preguntas en una forma amplia, adoptando tanto las explicaciones de la teoría psicoanalítica, como las de la teoría del aprendizaje, las de la imitación y de otras posturas de la psicología social.

A este respecto, dice concretamente: "una teoría del aprendizaje observacional no está confinada a la imitación de modelos hacia los cuales el observador tiene una adhesión inmediata, sino que está diseñada para abarcar una diversidad de sucesos modeladores, basados en experiencias directas o vicarias, con modelos actuales o simbólicos".

A continuación se enumeran y explican estos factores que Bandura señala como determinantes principales de la ejecución de conductas modeladas.

### a) Control de Reforzamientos de la Conducta Identificatoria.

Las consecuencias reforzantes y las sanciones sociales asociadas con las conductas que el observador imita del modelo, son determinantes básicas de la ocurrencia, retención y ejecución de estas conductas. Explicitando lo anterior: en general, la emisión

de una conducta trae aparejada determinadas consecuencias y el tipo de consecuencias determina la probabilidad de ocurrencia de la conducta en el futuro.

Si el observador imita la conducta del modelo y como consecuencia de tal imitación recibe un premio, o se le otorga una forma de aprobación social (felicitación verbal, sonrisa, palmada, etc.), es probable que tal conducta imitada se repita en el futuro. Por el contrario, si el observador que imita una conducta es castigado por emitirla (golpe, una mala palabra, una mueca de desaprobación, el quitarle una posible satisfacción), la probabilidad de ocurrencia de la misma disminuye.

Por otra parte, en determinadas condiciones de reforzamiento sucede que una conducta puede generalizarse, de tal suerte que ocurra, independientemente de que esté presente o no el modelo que la generó.

Las condiciones de reforzamiento probadas como determinantes de la generalización o internalización de conducta, son las de reforzamiento constante y las de reforzamiento intermitente.

Se dice que es un patrón de reforzamiento constante cuando cada vez que ocurre la conducta, se le otorga un tipo positivo o negativo de reforzamiento.

El reforzamiento es asistemático o intermitente, cuando en ocasiones se da y en otras no. Este tipo de reforzamiento ha demostrado ser el más efectivo para producir generalización e internalización de conductas aprendidas, si bien estas conductas tardan más tiempo en implantarse.

Más aún, el patrón intermitente ha demostrado ser el que promueve la adquisición de conductas a largo plazo, aunque el refuerzo primario desaparezca. Además, este es el tipo de patrón de reforzamiento al que se está sometido en condiciones reales; por ejemplo, el niño que emite una conducta, que es aprobada o castigada por sus padres, no siempre recibe tal refuerzo, por más que los padres sean perfectamente consistentes, ya que muchas veces los padres no están presentes cuando tal conducta ocurre.

#### b) Influencia del reforzamiento vicario en el modelamiento.

El concepto de reforzamiento vicario es quizá el concepto más importante desarrollado dentro de las teorías de aprendizaje social, y la proposición a la que da lugar es la siguiente: la observación de las consecuencias gratificantes o castigantes de la conducta de un modelo, puede afectar substancialmente el grado en que el observador se comprometa en conductas identificatorias. En otras palabras, el observador puede aprender, en forma vicaria, de las experiencias del modelo.

Esta proposición ha sido confirmada por diferentes estudios y además, se ha desprendido de ellos que el reforzamiento vicario puede ser hasta más efectivo que el directo .

Una conducta imitativa se adquiere más rápidamente con un patrón de reforzamientos vicarios constantes, y una conducta imitativa se extingue más difícilmente, cuando es implantada con un patrón de reforzamientos intermitentes.

c) Influencia del status del modelo sobre los sucesos reforzadores.

El modelamiento de conductas está influenciado por símbolos distintivos de status que se le confieran al modelo y por los atributos del mismo. Variables tales como: prestigio, poder, aptitud, nivel socioeconómico y experiencia que el observador percibe del modelo, influyen en las conductas identificatorias que el primero pueda presentar.

En general, las investigaciones realizadas, que han estudiado la influencia de cada una de estas variables por separado, indican que en la medida en que el observador percibe al modelo como investido de un status alto, se facilita más el modelamiento de conductas, que cuando el modelo es percibido con status bajo.

d) El Modelamiento Como una Función de la Similitud Observador-Modelo.

Bajo ciertas condiciones, el modelamiento puede ser significativamente influenciado por la similitud real o asumida, entre el observador y el modelo.

Existe una relación entre la similitud modelo-observador y el modelamiento de conductas, pero las investigaciones realizadas no han llegado a aclarar las condiciones en que tal relación se da, ni tampoco explicar el por qué de tal relación.

Hay investigaciones que demuestran que cuando las personas manifiestan parecerse a los modelos, están más inclinadas a imitar nuevas respuestas adicionales presentadas por tales modelos, que cuando no manifiestan parecerse a ellos.

2) Principios Básicos y Aplicaciones al Uso de la Telenovela.

De lo analizado anteriormente, sobre la identificación y el papel que juega en la teoría del aprendizaje social, se pueden señalar algunos principios, que han sido probados como facilitadores del aprendizaje y de los cuales podemos desprender aplicaciones a la telenovela.

Los más importantes son los siguientes:

CONCEPTO DE BANDURA	APLICACION A LA TELENOVELA
<p>1. La imitación es un proceso de aprendizaje vicario, donde es probable que el observador emule la conducta de un modelo, si la conducta de este es gratificada.</p>	<p>Usando modelos dentro de la telenovela, se puede lograr que los observadores imiten una conducta, si el personaje de la telenovela es gratificado cuando emita una conducta deseable</p>
<p>2. Se puede evitar la imitación de una conducta indeseable, si se castiga la conducta de un modelo.</p>	<p>Se pueden inhibir conductas socialmente indeseables usando modelos, dentro de la telenovela, que emitan dichas conductas y que éstas le sean castigadas.</p>
<p>3. La presentación de un modelo en una acción real proporciona señales más relevantes y claras.</p>	<p>La presentación de modelos en la telenovela deben tener características lo más realistas posible, a fin de proporcionar señales más relevantes.</p>
<p>4. Los modelos que transmiten por descripción verbal proporcionan menos influencia y señales menos relevantes.</p>	<p>La presentación de imágenes de los modelos, ejerciendo determinadas conductas, es necesaria para que el observador emita dichas conductas.</p>
<p>5. La presentación tanto de modelos en una acción real, como por descripción verbal, darán mayores resultados, en términos de influencia al observador.</p>	<p>El presentar los modelos de la telenovela junto con los epílogos en los que se verbaliza el mensaje del programa, tendrá mucho mayor impacto en el público.</p>

CONCEPTO DE BANDURA	APLICACION A LA TELENOVELA
<p>6. Los efectos de la observación de modelos pueden ser:</p> <p>a. En términos de la adquisición de respuestas nuevas, que no existían en el repertorio del individuo.</p> <p>b. Fortalecimiento o debilitamiento de las respuestas inhibitorias, es decir, que no son nuevas en el individuo pero están inhibidas por castigos.</p> <p>c. Provocación de respuestas, que ya existen en el repertorio.</p>	<p>Los modelos que se manejan en la telenovela pueden influir de la siguiente manera:</p> <p>a. Por ejemplo, la nueva información que se puede dar sobre lo que el niño es capaz de entender en las diferentes edades según Piaget, que el padre no conoce, y tal vez por eso le exija a su hijo.</p> <p>b. El caso de conducta prohibida por la sociedad; por ejemplo el uso de anticonceptivos es un acto no recomendado por la religión y, sin embargo, puede reforzarse en términos de vivir mejor.</p> <p>c. El caso de un personaje en la telenovela, que sepa lo que es planificación familiar pero no lo haya ejercido hasta el momento en que otro personaje que sí planifica su familia recibe gratificaciones.</p>
<p>7. Son importantes las consecuencias de la respuesta del modelo. En ocasiones, el modelo es reforzado en presencia del observador, pero otras veces este infiere las consecuencias pasadas.</p> <p>8. Los observadores que se consideran parecidos a los modelos en algunos atributos, tienden a copiar otras clases de respuestas de éstos, en mayor grado que los que se consideran diferentes.</p>	<p>Es aconsejable que siempre que se dé una conducta deseable, se refuerce en el momento, es decir, en presencia del observador y, por otro lado, que se castiguen las conductas indeseables.</p> <p>Para mayor influencia de la telenovela, los modelos se deben escoger lo más parecido posible a la audiencia que los verá.</p>
<p>9. El aprendizaje se ve facilitado cuando los modelos tienen un status similar o ligeramente más alto que el observador.</p>	<p>Los modelos de la televisión deben superar, por ejemplo, en belleza al espectador, sin que ésta sea excesivamente diferente.</p>



## 5.2 TEORIA DEL ESFUERZO MENTAL INVERTIDO.

Existen otras teorías respecto al aprendizaje a través de los medios. Salomon (1981) ha realizado una propuesta cognoscitiva interesante. Según él, los efectos que produce la televisión dependen de la actividad que el sujeto realiza, y expone sus propuestas de la siguiente manera:

A) La cantidad de conocimiento que una persona con capacidades dadas extrae y retiene de la televisión es, en una medida significativa, función del esfuerzo mental que la persona invierte en procesar el material.

B) La cantidad de esfuerzo mental invertido (CEMI), o la profundidad de procesamiento, está parcialmente determinada por lo que se percibe que demandan los modos de presentación y los contenidos del medio.

C) Estas percepciones están influidas por la autoeficacia percibida por el propio sujeto para invertir esfuerzo mental en el procesamiento de material televisivo.

D) Las percepciones de los sujetos de las demandas del medio, de su propia autoeficacia, y por tanto de su CEMI, están influidas por la naturaleza del medio, por las

expectativas concensuadas a partir del medio y por las experiencias pasadas con el procesamiento de su material (Salomon 1981,p.90).

Quizá todo esto parezca muy complicado y difícil de medir, pero hay una idea central interesante, y es que lo que se extrae depende de la actividad del sujeto y de su toma de conciencia de que está realizando un trabajo cognitivo.

Salomon toma sus ideas de los trabajos sobre profundidad de procesamiento a partir de los trabajos de Craik y Lockhart (1972). Subraya que las observaciones ocasionales muestran que, a medida que nos concentramos más en un problema, que pensamos más sobre él, aprendemos más. A partir de aquí llega a determinar lo que llama cantidad de esfuerzo mental invertido (CEMI) (Amount of Invested Mental Effort, AIME), que se define de la siguiente manera:

$$\text{CEMI} = \frac{\text{número de elaboraciones mentales}}{\text{automaticidad}} \times 1$$

Es decir, sólo que depende del carácter más o menos automático que tienen las elaboraciones mentales.

Por ejemplo, Mirengoff (1980), encontró que los niños que escuchan una historia basan sus inferencias sobre sus experiencias anteriores y sobre el conocimiento general con más

frecuencia que los niños que miran la misma historia animada en la televisión . Esto supondría que la televisión requiere menos CEMI y que incluso puede inhibirlo.

Salomon señala que la televisión tiene una capacidad potencial para cultivar habilidades específicas y para enseñar trozos específicos de información. Este potencial no se realiza a menos que la televisión sea percibida como algo que exige más esfuerzo, que entonces debe invertirse para procesar los materiales. Esto supone que la actitud del televidente hacia la tarea que tiene que realizar es determinante, y entonces éste es un aspecto que podría trabajarse específicamente y que aumentaría la capacidad de aprender a través de la televisión.

A manera de conclusión, se puede señalar que la influencia de la televisión es, sin duda, grande respecto a las opiniones y las actitudes, pero no lo es necesariamente sobre el aprendizaje y el desarrollo. En este terreno depende mucho de cómo se utilice la televisión (Delval 1985).

Si nos planteamos entonces si se puede aprender a partir de la televisión, tenemos que decir de qué depende. La televisión es un excelente vehículo para transmitir información y se pueden enseñar muchas cosas a través de ella, pero es más difícil que sirva para enseñar a pensar y para impulsar el desarrollo intelectual.

La televisión puede servir como una guía para la acción, pero no debe entonces quedarse limitada a ella misma, sino que tiene que trascender. Para conseguir esa forma de utilización de la televisión los adultos pueden desempeñar un importante papel, ya sean los padres o los profesores. Estos pueden estimular el pase a la acción y hacer que los alumnos vean la televisión como una tarea con una demanda cognitiva alta. Como señalaba Salomon, los efectos de la televisión dependen de la demanda cognitiva y ésta puede aumentarse mediante medios externos. Posiblemente los alumnos tienden a verla como una actividad con poca demanda, pero eso es algo que puede modificarse desde fuera.

Por último, los efectos de la televisión no son únicos y es muy difícil concluir de una manera tajante. La televisión tiene unos efectos que dependen mucho de cómo se utilice y también de las características y las condiciones del sujeto que la ve. Muchos estudios muestran que los efectos son distintos según la edad o la situación del televidente. La predisposición que éste tiene acerca de lo que va a ver constituye un elemento esencial. Uno de los problemas es que nos hemos acostumbrado a ver la televisión como un ruido de fondo que exige una actividad cognitiva muy escasa. En esas circunstancias es relativamente poco lo que puede obtenerse, pero no es la única forma de ver la televisión.

### 5.3 APRENDIZAJE DE CONCEPTOS HISTORICOS

La enseñanza de la historia es un tema que ha llamado la atención conjunta de historiadores, pedagogos y psicólogos. Con frecuencia se señala que la historia constituye una materia especialmente difícil para los niños, sobre todo para los menores del sexto grado (Incorporated Association of Assistant Masters, IAAM, 1952 p.2). Diferentes investigaciones sobre el pensamiento en materia de historia y tareas relacionadas con el pensamiento lógico (Alilunas, 1968; Booth, 1967; Hallam, 1966; Hughes, 1965; Reynolds, 1967; Schools Council, 1968) apoyan el argumento de que el pensamiento formal en el campo de la historia se desarrolla relativamente tarde en la escuela secundaria.

El estudio realizado por Hallam (1979); reveló que la mayoría de los alumnos por debajo de los 16,2 años razonaban a un nivel de operatividad concreta: eran capaces de trabajar con elementos presentes pero no de formular hipótesis. No obstante, se debe recordar que este método de análisis proporciona únicamente resultados generales. Szeminska (1965 p.56) subraya que en todas las áreas "parece existir 'una secuencia de maduración' que podemos cortocircuitar o violentar con el grave riesgo de perjudicar la capacidad posterior de aprendizaje".

Asimismo, este autor señala que en un estudio realizado por Bryant (1967), se sugiere que si los temas históricos son tratados en términos abstractos, es poco probable que los niños los

entiendan con alguna profundidad, por ello sugiere temas para los dos primeros años de secundaria en los cuales los adolescentes aprendan la historia menos detallada de los tiempos primitivos, mientras que la historia más reciente, repleta de sujetos más importantes y complejos, pueda reservarse para alumnos capaces de razonar a un nivel de madurez superior.

Este mismo autor sugiere que la historia debe ser enseñada de manera concreta, de modo que los sujetos puedan contrastar su sociedad actual con otras civilizaciones, lo que les lleva a cuestionarse los valores que les son familiares.

Una cuestión actualmente a debate es la posibilidad de acelerar el desarrollo del pensamiento lógico ¿En qué medida depende de factores de maduración y en qué medida de la interacción con el ambiente social e intelectual? (Hunt,1961; Pines,1969; Sigel y Hoper, 1968) Los resultados actuales no son en absoluto completos ni concluyentes, pero está claro que la labor debe ser la de intentar desarrollar el nivel de pensamiento del sujeto en la mayor medida posible.

Sea cual sea la planificación adoptada, el material seleccionado debe adaptarse a los esquemas o capacidades intelectuales del alumno. Hughes (1965 p.109) afirma que, "incluso los métodos de enseñanza más brillantes no garantizan el éxito del aprendizaje, a menos que los esquemas existentes estén lo suficientemente desarrollados en el sujeto como para afrontar la situación".

Asímismo, Piaget (1973) afirma que los esquemas mentales del sujeto, en los estadios intelectuales por los que atraviesa, no le permiten comprender el múltiple juego de variables e interacciones en desarrollo cronológico que constituye la trama de la historia.

Se han señalado las dificultades halladas por el sujeto para adquirir la noción del tiempo y dominar sus elementos constitutivos. La comprensión del tiempo histórico no depende solamente del dominio del tiempo psicológoco o físico . No es suficiente para el individuo la noción de duración absoluta o relativa de sucesión, de anterioridad, de posteridad, para concebir el pasado histórico.

El progreso hacia el pensamiento formal puede acelerarse mediante un esfuerzo consciente por presentar al menos cuatro puntos de vista diferentes respecto a un tema, con el fin de ayudar a los alumnos a contrastar y comparar, qué es necesario tener en cuenta para emitir un juicio histórico aceptable, se podrían presentar las situaciones siguientes:

- a) Comparación entre las causas explícitas de determinada acción histórica, con las deducidas por los contemporáneos y/o los historiadores.
- b) Comparación entre dos opiniones contemporáneas y opuestas de los sucesos.

- c) Comparación entre opiniones sobre un suceso o una persona, emitidas por contemporáneos.

Algunas de los métodos más usuales en la enseñanza de la historia desde la perspectiva del punto de vista que se ha expuesto son, el trabajo oral, el trabajo escrito, el método de descubrimiento, y las fuentes de la historia.

Hallam (ob. cit.), señala que aunque algunas investigaciones (Le Gall, 1975), han demostrado que en la enseñanza de la historia a través del cine o la televisión, los niños confunden la realidad con la ficción, según Porcher (1974 p.67) "los medios audiovisuales de comunicación encarnan una doble realidad ambigua, imaginaria y real a un tiempo. La coexistencia del pasado con la actualidad refuerzan la confusión entre la ficción y la realidad". En la pequeña pantalla, la historia creada se asimila como historia real. Esta aproximación repercute sobre la percepción del pasado del sujeto.

Por otro lado, los resultados de la investigación de Hallam (1979), indicaron que cualquier método mediante el cual pueda revivirse y concretarse el pasado es útil y debería emplearse en la enseñanza de la historia. Un simple episodio dramatizado puede clarificar ideas o sucesos abstractos que son de un valor incalculable para introducir a los sujetos en el contexto de la historia.



## C A P I T U L O 6

### M E T O D O L O G I A

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿La telenovela histórica Senda de Gloria incrementa significativamente el nivel de conocimientos y produce un cambio en las actitudes acerca de los personajes y los hechos que presenta, en los adolescentes y adultos que se exponen a ella?

#### OBJETIVOS GENERALES

1) Identificar si la exposición a una telenovela histórica incrementa el nivel de conocimientos acerca de los personajes y los hechos históricos que presenta, en los televidentes que se exponen a ella.

2) Identificar si la exposición a una telenovela histórica provoca un cambio de actitud hacia los personajes y los hechos históricos que en ella se presentan, en los televidentes que se exponen a ella.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

a) Identificar en el espectador a la telenovela Senda de Gloria el interés en conocer y entender los principales movimientos y personajes de la historia contemporánea en México.

b) Explorar sobre la identificación e imagen de los 10 principales personajes históricos que se tratan en la telenovela Senda de Gloria: Lázaro Cárdenas, Abelardo L. Rodríguez, Pascual Ortiz Rubio, Emilio Portes Gil, Plutarco Elias Calles, Alvaro Obregón, Adolfo de la Huerta, Venustiano Carranza, Emiliano Zapata y Francisco Villa.

c) Explorar acerca del conocimiento y comprensión de las causas y consecuencias de los principales movimientos históricos contemplados en la telenovela Senda de Gloria.

d) Identificar cambios de actitud en los telespectadores hacia hechos o personajes que se presentan en la telenovela Senda de Gloria.

## HIPOTESIS

1) Hipótesis nula: No existe relación entre la exposición a la telenovela histórica " Senda de Gloria" y el incremento en el nivel de conocimiento de la Historia en la audiencia.

2) Hipótesis nula: No existe realación entre la exposición a la telenovela histórica "Senda de Gloria" y el cambio de actitud hacia los personajes y hechos que en ella se presentan, en la audiencia.

1) Hipótesis alterna: Sí existe relación entre la exposición a la telenovela histórica "Senda de Gloria" y el incremento en el nivel de conocimiento de la historia en la audiencia.

2) Hipótesis alterna: Existe relación entre la exposición a la telenovela histórica "Senda de Gloria" y el cambio de actitud hacia los personajes y hechos que se presentan, en la audiencia.

## HIPOTESIS DE TRABAJO

H1 -No existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas sujetas a la primera medición.

H2 -No existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas sujetas a la segunda medición.

H3 -No existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas sujetas a la tercera medición.

H4 -Existen diferencias estadísticamente significativas entre los sujetos en la primera y la tercera medición.

H5 -Existen diferencias estadísticamente significativas entre los sujetos en la segunda y la tercera medición.

## METODO

**Sujetos:** En atención a los objetivos del estudio, los participantes se delimitaron de la siguiente manera:

### A) Población:

- Sujetos que habitaran en en las ciudades de: México, Puebla, Veracruz, Morelia, Chihuahua, Hermosillo y Tepic.
- Hombres y mujeres de 12 años en adelante
- 50% que veían la telenovela y 50% que no la veían.

### B) Muestra:

- 1) Se realizaron 3520 entrevistas a lo largo de 3 mediciones en 7 ciudades seleccionadas intencionalmente, de acuerdo a características de estudio.

El muestreo utilizado para llevar a cabo la presente investigación fue:

- Estratificado por nivel socioeconómico.
- Aleatorio por manzana
- Aleatorio por vivienda (brinco sistemático "1 si 2 no")
- Por cuotas de sexo, edad y nivel socioeconómico
- Por cuotas de exposición o no a telenovelas

De esta manera la muestra quedó conformada como sigue:

MEDICION	MEXICO	PUEBLA	CHIHUAHUA	MORELIA
Primera	253	240	255	267
Segunda	145	129	113	138
Tercera	150	133	132	135
Total	548	502	500	540

  

	VERACRUZ	HERMOSILLO	TEPIC	TOTAL
Primera	255	267	234	1771
Segunda	120	73	131	849
Tercera	126	86	138	900
Total	501	426	503	3520

Las mediciones se llevaron a cabo en las siguientes fechas:

Primera medición: del 10. al 15 de marzo de 1987

Segunda medición: del 4 al 21 de julio de 1987

Tercera medición: del 13 al 28 de noviembre de 1987

C) Escenario:

Esta investigación se llevó a cabo mediante entrevista personal, en los hogares de los entrevistados.

## IDENTIFICACION DE VARIABLES

V.I.= Exposición a la telenovela histórica "Senda de Gloria"

V.D.=Conocimiento adquirido y cambio de actitud producidos  
como consecuencia de la exposición a la telenovela.

### DISEÑO:

El diseño empleado fue cuasiexperimental, una variante del diseño de series cronológicas, según el modelo propuesto por Campbell y Stanley (1966).

GRUPO 1	O
GRUPO 2	O X O X O
GRUPO 3	O X O
GRUPO 4	O

X= Exposición a la televisión

O= Aplicación del instrumento

El grupo 1 comprende a las personas que no ven la telenovela, y sólo se midió una vez.

El grupo 2 comprende a las personas que fueron medidas en las tres ocasiones.

El grupo 3 comprende a las personas a quienes no se les aplicó el pretest, y tuvo como objetivo evitar la reducción

en el tamaño de la muestra como consecuencia de la mortandad de la misma.

El grupo 4 Comprende a las personas que sólo se medieron al finalizar la telenovela y cuyo objetivo fue medir los efectos debidos a la aplicación del instrumento.

#### **MATERIALES:**

Instrumento de recolección de datos (cuestionario), éste incluyó las siguientes secciones:

##### **A) Interés:**

En conocer los principales movimientos de la historia de México.

##### **B) Conocimiento**

Identificación de las fotografías de los 10 principales personajes del periodo post-revolucionario: Emiliano Zapata, Francisco Villa, Venustiano Carranza, Adolfo de la Huerta, Plutarco Elías Calles, Abelardo L. Rodríguez, Alvaro Obregón, Lázaro Cárdenas, Emilio Portes Gil y Pascual Ortiz Rubio.

##### **C) Actividades:**

Identificar si existe cambio en las opiniones de los entrevistados con respecto a los hechos y personajes presentados en la telenovela. Dicha opinión fue medida a través de frases



como: Emiliano Zapata fue un hombre deshonesto, Venustiano Carranza fue muy intransigente. Estas se respondieron a través de escalas de tipo Likert de 5 puntos.

**-Fotografías**

Fotografías de los 10 personajes arriba mencionados, en color sepia de 20 cm. de ancho por 25 cm. de largo.

**PROCEDIMIENTO:**

En la primera medición se entrevistó a dos grupos, uno de ellos que no veía la telenovela y el otro que sí la veía, con la finalidad de hacer comparaciones y establecer igualdades en niveles de conocimiento, interés, entendimiento y actitudes acerca de los objetivos de la investigación.

En la segunda y tercera medición, se entrevistó únicamente al grupo de expuestos a "Senda de Gloria", para tratar de encontrar relaciones e incremento del efecto de la variable exposición, en relación directa con los cambios de actitudes, conocimientos e interés por personajes y sucesos históricos que se pretendió introdujera la telenovela.

## ANALISIS:

Se realizó mediante el procesamiento electrónico de la información, utilizando el paquete SPSS en esta secuencia:

- Codificación y captura de datos
- Obtención de estadísticos básicos: porcentajes, promedios, desviación estándar.
- Prueba de Hipótesis: obtenida a través de análisis de varianza

## CAPITULO 7

### R E S U L T A D O S

#### 7.1 RESULTADOS DEL ANALISIS DESCRIPTIVO

A continuación se presentan los resultados del análisis descriptivo correspondiente a las 3 mediciones, obtenido a través de tablas cruzadas, por los segmentos de sexo, edad y nivel socioeconómico de las siguientes escalas: conocimiento de personajes, conocimiento de algunos hechos históricos, opinión sobre personajes y opinión sobre hechos históricos.

##### 7.1.1 Escala de Conocimiento sobre los Personajes Históricos

Para llevar a cabo el análisis de los reactivos que conformaron la batería para medir conocimientos, se creó un índice con la finalidad de hacer más objetiva y confiable la información ya que los resultados son obtenidos mediante la suma de varios reactivos, que al asignarles peso, nos dan diferentes dimensiones de conocimiento. Este índice se elaboró de la siguiente manera:

Si el entrevistado mencionaba al personaje de manera espontánea en primera mención, identificándolo como Presidente de la República en el periodo postrevolucionario obtenía una calificación de 5.

Si lo mencionaba espontáneamente como Presidente en menciones posteriores obtenía una calificación de 4.

Si identificaba la fotografía del personaje obtenía una calificación de 3.

Si sólo decía saber quien era el personaje al mencionárselo, obtenía una calificación de 1.

Si no tenía ningún conocimiento respecto al personaje, obtenía 0.

Estas calificaciones al sumarse desde menor conocimiento (0 no lo conoce) hasta mayor conocimiento (5 lo conoce muy bien), formaron el índice de conocimiento.

A continuación se presentan los resultados derivados del análisis descriptivo de los mismos por los segmentos: sexo, edad y nivel socioeconómico.

## CONOCIMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA

Durante la proyección de la telenovela se observa un incremento en el conocimiento de este personaje por parte de las personas que se expusieron a la telenovela, el cual es mayor en cuanto al conocimiento de características concretas del mismo, incrementándose el identificarlo como Presidente de la República sin necesidad de presentar estímulo alguno, pasando de un 19% en la medición inicial a un 39% en la medición final, lo que refleja un incremento de un 20%.

El reconocimiento visual, se incrementa hacia la segunda medición y cae ligeramente en la tercera.

La identificación del nombre, también mostró un decremento del 13% en la primera medición a un 9% en la tercera.

Por sexo se observa un mayor incremento en las mujeres respecto a la identificación de fotografías y reconocimiento del nombre, mientras que los hombres muestran un incremento en el conocimiento del personaje sin estímulo previo.

Por nivel socioeconómico, se observa un incremento en los tres niveles estudiados. El nivel bajo muestra un desconocimiento mayor (16%) respecto a los niveles medio y alto (7%) en la primera medición, sin embargo en los tres casos se reduce de un (10%) total a un 3% en la tercera medición.

Por otro lado, el conocimiento se incrementa significativamente en los 3 niveles de un 19% a un 39%, lo que representa un incremento de 20 puntos porcentuales.

Al igual que el segmento sexo, el nivel de identificación visual del personaje baja de un 47% a un 35%.

Por grupos de edad se observan las mismas tendencias que en el segmento anteriormente analizado.

#### CONOCIMIENTO DE FRANCISCO VILLA

Tanto en los hombres como en las mujeres se observa un decremento en el desconocimiento del personaje (10% en la primera medición, 2% en la tercera). Asimismo, mientras que al inicio existía una diferencia en la identificación visual del personaje entre hombres (72%) y mujeres (60%) del 18%, en la tercera medición esta se reduce a un 5%, siendo identificado por un 90% de los hombres y un 85% de las mujeres.

En los segmentos de edad se observa que la identificación visual del personaje se incrementa entre la primera y la tercera medición en todos los segmentos estudiados, pasando de un 64% a un 89% respectivamente, aunque este incremento es mucho más marcado entre las personas de 12 a 24 años.

Por lo que se refiere a nivel socioeconómico, el desconocimiento del personaje se incrementa de un 68% a un 88% entre la primera y la tercera medición.

#### CONOCIMIENTO DE LAZARO CARDENAS

Aunque al inicio existía un mayor desconocimiento por parte de las mujeres, al final estas diferencias desaparecen reduciéndose de un 8% a un 2%. La identificación del nombre se decrementa a lo largo de las 3 mediciones pasando de un 19% a un 7%.

La identificación visual se incrementa hacia la segunda medición y decae en la tercera, en las mujeres el incremento en la identificación es mayor. El conocerlo y el conocerlo muy bien, se incrementa notablemente de la primera a la tercera medición. En todos los grupos de edad se observa un decremento en el desconocimiento del personaje que va de un 8% a un 2% de la primera a la tercera medición.

El incremento del conocimiento del personaje es continuado y va aumentando a lo largo de las tres mediciones de un 23% a un 43%, siendo similar el incremento en todos los rangos de edad.

La relación de los rangos de edad en cuanto a la calidad de la información es inversamente proporcional, ya que mientras en los rangos de menor edad se incrementa, en los de mayor se reduce de

acuerdo a las mediciones 1 y 3. Así, mientras que en el rango de 12 a 16 años la medición 1 es 9% y 25% en la medición 3, en el rango de 46 años o mas va de un 17% a un 16%.

Por nivel socioeconómico el comportamiento es similar a los segmentos anteriores.

#### CONOCIMIENTO DE PASCUAL ORTIZ RUBIO

Se observa un decremento en el desconocimiento del personaje de un 66% a un 53%. La identificación del nombre se incrementa de un 19% a un 22% entre la primera y la tercera medición.

La identificación visual se incrementa hacia la segunda medición y baja sensiblemente en la tercera.

Aunque este personaje resulta ser de los menos conocidos, se logra que las personas lo identifiquen de acuerdo a ciertas características: como el haber sido Presidente de la República en el periodo post-revolucionario, de un 3% en la primera medición a un 12% en la tercera.

El conocimiento del personaje se incrementa en todos los segmentos de edad estudiado pero, al contrario de lo que sucede en otros personajes, el conocimiento de este personaje el incremento es mayor en las personas de más edad que en los jóvenes.



## CONOCIMIENTO DE PLUTARCO ELIAS CALLES

El desconocimiento de este personaje entre hombres y mujeres bajó de un 46% en la primera medición a un 30% en la tercera.

La identificación del nombre se decrementa entre la primera y la segunda medición, no sufriendo cambio alguno entre la segunda y la tercera.

La identificación visual, a lo largo de las tres mediciones es mayor entre las mujeres que entre los hombres.

El conocer a este personaje, aumenta de un 11% a un 31% a lo largo de las 3 mediciones. El conocerlo muy bien en este segmento, se incrementa de un 3% a un 8%. En las tres mediciones los hombres presentan porcentajes mayores que las mujeres.

En todos los grupos de edad se incrementa el conocimiento de este personaje, aunque este incremento es mayor entre los rangos de 25 años o más.

El grupo de edad de 45 años o más, presenta porcentajes más altos en conocerlo muy bien.

Por nivel socioeconómico, se observan las mismas tendencias que en los segmentos anteriormente descritos.

#### CONOCIMIENTO DE EMILIANO ZAPATA

El análisis por sexo muestra que el desconocimiento de este personaje bajó tanto en hombres como en mujeres.

La identificación del nombre bajó durante el transcurso de la proyección de la telenovela, no así la identificación visual del personaje, la cual se incrementa notablemente a lo largo de las tres mediciones de un 74% a un 89%, resultando en las 3, más identificado por los hombres que por las mujeres.

Por nivel socioeconómico y por edad se observan las mismas tendencias que en el segmento sexo.

#### CONOCIMIENTO DE ALVARO OBREGON

Por sexo se observa que el desconocimiento de este personaje desciende de un 33% a un 22% haciendo una diferencia del 10% entre la primera y tercera medición.

La identificación del nombre se decrementa a lo largo de la proyección de la telenovela. Así mismo la identificación visual se incrementa hacia la segunda medición y decae hacia la tercera.

El conocerlo muy bien se incrementa un 13% inicio y final, de 13% a 29% respectivamente.

#### CONOCIMIENTO DE EMILIO PORTES GIL

El desconocimiento de la figura de este personaje, presenta porcentajes muy altos comparativamente con otros personajes como Emiliano Zapata o Lázaro Cárdenas, resultando ser desconocido para un 70% de la población estudiada al inicio de la telenovela. Al finalizar ésta, resultó desconocido para un 56% de la misma, lo que significa un incremento en el conocimiento del 14% total en el segmento sexo.

La identificación del nombre y la visual también se incrementaron a lo largo de las tres mediciones.

#### CONOCIMIENTO DE ABELARDO L. RODRIGUEZ

El desconocimiento de este personaje descendió de un 66% al inicio de la telenovela a un 58% al final de la misma. Por sexo, son los hombres quienes presentan los mayores porcentajes, pasando de un 63% a un 54% y las mujeres de un 69% a un 62%.

En la identificación, del nombre no se observan cambios relevantes en este segmento.

La identificación visual se incrementa ligeramente, de un 11% a un 15% en los hombres y de un 9% a un 13% entre las mujeres con respecto a la primera y tercera medición. Por otro lado, el conocerlo se incrementa de un 6% a un 11% entre los hombres y de un 3% a un 7% entre las mujeres.

En cuanto a conocerlo muy bien no se observan cambios en este segmento.

Por grupos de edad, es en los rangos de 12 a 16 años (79% a 70%), de 19 a 24 años (73% a 61%) y los de 46 años o más (47% a 36%) quienes presentan mayores decrementos en el desconocimiento de este personaje.

En la identificación del nombre, no se observan tendencias claras entre los distintos grupos. La identificación visual se incrementa en todos los grupos de edad a lo largo de las tres mediciones.

El análisis por nivel socioeconómico muestra que es el nivel medio quien presenta un decremento mayor en el desconocimiento de este personaje, pasando de un 66% a un 50%, lo que hace una diferencia del 16% entre la primera y la tercera medición. En el nivel bajo, esta diferencia es del 6%, y el nivel alto no presenta cambios a lo largo de las tres mediciones.

La identificación de la foto se incrementa sensiblemente en el nivel bajo 5%, en el medio 8%, no encontrándose diferencias en el nivel alto.

El conocerlo muy bien se incrementa un 6% en el nivel alto, un 5% en el medio y un 3% en el bajo.



## ADOLFO DE LA HUERTA

El no conocer a este personaje desciende tanto en hombres como en mujeres, pero son los hombres quienes presentan un notable decremento que va de un 57% en la primera medición a un 42% en la tercera lo que hace una diferencia del 15% a lo largo de las tres mediciones, en las mujeres el desconocimiento se decrementa en un 14% hacia la segunda medición (62% a 48% respectivamente), y posteriormente se incrementa a 55% por lo que la diferencia entre inicio y final es de tan solo un 7%.

En la identificación del nombre y visual, no se observan tendencias claras. Por otro lado el conocimiento de este personaje se incrementa de un 3% a un 13% entre el inicio y el final de la telenovela entre los hombres y de un 1% a un 6% en las mujeres.

Por grupos de edad son los rangos de 12 a 16 años, los de 25 a 30 años, 31 a 45 y de 46 años o más, quienes presentan una disminución relevante entre la primera y tercera medición pasando de un (74% a un 62%), (59% a 45%), (51% a 39%), (45% a 32%) respectivamente.

Por lo que respecta a "lo conoce" se incrementa sobre todo en los rangos de mayor edad.

Por nivel socioeconómico, es el nivel medio quien presenta una mayor disminución en el desconocimiento de este personaje entre la primera y la tercera medición, de un 58% a un 42%.

Por otro lado, el conocer a este personaje se incrementa tanto en el nivel medio como en el alto en un 9% y 11% respectivamente.

En síntesis, se observó que a lo largo del análisis de los 10 personajes, de manera sistemática entre la primera y la segunda medición los porcentajes presentan un notable incremento y, al llegar a la tercera medición caen ligeramente. Una posible explicación al respecto podría ser, el que en la segunda medición, estos personajes se estaban proyectando en la telenovela, y en la tercera decae un poco debido al olvido.

NOTA: Las tablas con la información correspondiente se encuentra en el apéndice A y comprende del cuadro 1 al 30.

### 7.1.2 ESCALA DE CONOCIMIENTO DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS.

Esta batería, cuyo objetivo fue medir el conocimiento de una serie de sucesos que caracterizaron el periodo postrevolucionario, se conformó de 26 reactivos que fueron medidos a través de una escala de 3 puntos, abarcando un continuo que iba desde "no se nada" hasta "lo conozco muy bien".

A continuación se presenta un análisis descriptivo por segmentos de estos resultados :

En general se observa un decremento en el desconocimiento de los hechos históricos que se presentaron en la telenovela, incrementándose los porcentajes de las personas que recordaban algunos aspectos de estos acontecimientos, así como el de quienes conocían muy bien en qué consistieron éstos.

Por segmentos, se puede observar que tanto en los hombres como en las mujeres expuestos a la telenovela "Senda de Gloria", el desconocimiento en todos los hechos presentados se decrementa notablemente entre la primera y la tercera medición, como ocurrió en "El asesinato de Emiliano Zapata" que era desconocido por el 33% de los hombres y por el 44% de las mujeres, en este mismo hecho, en la tercera medición se alcanzaron diferencias de un 13 y un 19 % respectivamente. Asimismo, el conocer muy bien el hecho

se incrementó en este mismo segmento de un 14% a un 29% entre los hombres y de un 6% a un 20% entre las mujeres; estas mismas tendencias se observan en los 26 reactivos estudiados.

El análisis por los niveles socioeconómicos alto, medio y bajo mostró lo siguiente: en general se observa un decremento en el desconocimiento de los acontecimientos presentados en los tres estratos estudiados, siendo ligeramente mayor entre las personas de nivel bajo. Asimismo hay un incremento entre quienes mencionaron recordar algo de estos sucesos. El conocer muy bien los sucesos presentados en la telenovela se incrementa en los segmentos estudiados, presentando porcentajes ligeramente mayores las personas de estrato alto.

Por grupos de edad, en los 26 reactivos estudiados se observa un decremento moderado en el desconocimiento de los sucesos presentados, aunque en "conocerlo muy bien", no se observan tendencias muy claras, sobre todo en las personas jóvenes (12 a 24 años), ya que de la primera a la segunda medición se observa incluso un decremento para luego incrementarse bruscamente hacia la tercera medición.

NOTA: Los datos generados de este análisis se encuentran en el apéndice B y corresponden a los cuadros 31 al 46.



### 7.1.3 ESCALA DE OPINION SOBRE HECHOS HISTORICOS.

Esta batería se conformó de 8 reactivos, en los que se mencionaban una serie de mensajes que la telenovela intentó proyectar sobre aspectos positivos que trajo como consecuencia la Revolución. Estos reactivos se midieron a través de una escala Likert de 5 puntos, que iban desde el "total acuerdo" hasta el "total desacuerdo".

A continuación se presentan los resultados derivados de los mismos:

En general, se observa que se genera un cambio positivo de opinión en la gente, ya que el estar "totalmente de acuerdo" con estas frases se incrementa en todos los reactivos estudiados.

Los datos, al ser analizados por sexo, muestran que tanto en los hombres como en las mujeres, en casi todas las frases estudiadas existe una disminución con respecto a estar "totalmente en desacuerdo" y "regularmente de acuerdo" con ellas, a excepción hecha de la frase "En México se permite diversidad de opinión" que sube hacia la segunda medición para caer bruscamente hacia la tercera.

En cuanto a estar "totalmente de acuerdo", se incrementa en casi todos las frases estudiadas a excepción de la frase arriba mencionada, que por el contrario desciende hacia la segunda medición, para incrementarse notablemente hacia la tercera.

Entre la primera y la tercera medición todas las frases analizadas por sexo, se incrementan entre la primera y la tercera medición.

Por nivel socioeconómico se observa que el nivel bajo muestra un decremento en estar "totalmente en desacuerdo" con la mayoría de las frases, siendo en "Es mejor entender que juzgar", "En México se permite diversidad de opinión" y "Cada época tiene su propia crisis" donde se observa un leve incremento hacia la segunda medición, para luego decrementarse hacia la tercera medición.

Por lo que respecta a estar "regularmente de acuerdo" con las frases, se observa que en la mayoría de éstas se da un incremento en el cambio de opinión inclinándose positivamente hacia estas frases, a excepción hecha de las que se mencionaron en el párrafo anterior, presentando el problema inverso, es decir, se decrementan hacia la medición 2 y posteriormente se incrementan en la tercera.

En el nivel medio no se observan tendencias claras en estar "totalmente en desacuerdo" con estas frases.

En la mayoría de las frases estudiadas por este segmento, se observa un ligero decremento hacia la segunda medición en estar "regularmente de acuerdo" con las frases para posteriormente incrementarse muy sensiblemente.

Por lo que respecta a estar "totalmente de acuerdo" con las frases se observa que, 4 de ellas, reportan incremento hacia la segunda medición para luego descender hacia la tercera. En tres de ellas se observan incrementos a lo largo de las tres mediciones y sólo una desciende hacia la segunda para incrementarse hacia la tercera.

Cabe destacar que en todas las frases estudiadas por este segmento, se observa un incremento entre la primera y la tercera medición.

Por lo que respecta a nivel alto no se observan tendencias claras en las opiniones, para ser analizadas en las escalas y estar "totalmente en desacuerdo" y "regularmente de acuerdo" con las frases.

El estar "totalmente de acuerdo" con ellas se incrementa notablemente a lo largo de las 3 mediciones.

Por grupos de edad, se observan las mismas tendencias que en los segmentos anteriormente analizados.

NOTA: Los datos generados de este análisis se localizan en el apéndice C y corresponden a los cuadros 47 al 55.

#### 7.1.4 ESCALA DE OPINION ACERCA DE PERSONAJES HISTORICOS.

Esta batería se conformó de 29 reactivos cuyo objetivo fue medir la opinión de la gente en cuanto a aspectos de personalidad o carácter de los héroes que hicieron la historia en el periodo de 1917 a 1940. En esta batería se eligieron 3 frases para cada personaje, de las cuales sólo una de ellas, era la que de manera enfática proyectaba la telenovela.

El análisis por segmentos muestra lo siguiente:

En ninguno de los reactivos se observa una clara diferenciación entre el aspecto de personalidad que intentaba proyectar la telenovela y los 2 que no correspondían a aspectos de personalidad propias del personaje.

Una de las posibles explicaciones que se podría dar a lo anterior es que desde la edad preescolar, los héroes se nos presentan con ciertas características estereotipadas, por lo que tendemos a encasillarlos y nos es difícil percibir otros aspectos de su personalidad. Por otro lado podría deberse también a que en la telenovela se descuidó este aspecto y no logró proyectar con suficiente fuerza la personalidad y carisma propias del personaje.

NOTA: Los datos generados de este análisis se encuentran en el apéndice D del cuadro 56 al 71.

## 7.2. CONTRASTACION DE HIPOTESIS

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la contrastación de hipótesis, mismas que se obtuvieron mediante la prueba "análisis de varianza (ANOVA)", tomándose a un nivel de significancia estadística de .05.

### 7.2.1 Por lo que respecta a la hipótesis:

"No existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas sujetas a la primera medición". Se concluye lo siguiente:

#### ESCALA DE CONOCIMIENTO DE PERSONAJES.

Ya que los valores de  $X^2$  son mayores a .05 salvo en un reactivo, se acepta la hipótesis nula, es decir, no existen diferencias estadísticamente significativas, en el conocimiento de las personas sujetas a la primera medición.

#### ESCALA DE CONOCIMIENTOS DE HECHOS HISTORICOS

Con excepción de 6 reactivos que obtienen valores menores a .05 para los que se rechaza  $H_0$ , en los 20 reactivos restantes el encontrar que los valores de  $X^2$  son mayores a .05 se acepta la hipótesis nula, es decir, no existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas sujetas a la primera medición.

ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

Tres de los reactivos de esta escala son estadísticamente significativos; para los 5 restantes el valor de  $X^2$  es mayor a .05 y se acepta  $H_0$ .

ESCALA DE OPINION DE LOS PERSONAJES.

Con excepción de 5 reactivos que presentan valores de  $X^2$  menores a .05, en los 24 restantes se acepta  $H_0$ .

7.2.2 Por lo que respecta a la hipótesis

"No existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas sujetas a la segunda medición". Se concluye lo siguiente:

#### ESCALA DE CONOCIMIENTO DE PERSONAJES.

Con excepción de 3 de los 10 reactivos estudiados (con valores de  $X^2$  menores a .05) en los 7 restantes ya que los valores de  $X^2$  son mayores a .05, se acepta la hipótesis nula, es decir, no existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas sujetas a la segunda medición.

#### ESCALA DE CONOCIMIENTOS DE HECHOS HISTORICOS

Con excepción de 7 reactivos que obtienen valores menores a .05 para los que se rechaza  $H_0$ , en los 19 reactivos restantes el encontrar que los valores de  $X^2$  son mayores a .05 se acepta la hipótesis nula, es decir, no existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas sujetas a la segunda medición.

#### ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

Dos de los reactivos de esta escala son estadísticamente significativos, para los 5 restantes el valor de  $X^2$  es mayor a .05 y se acepta  $H_0$ .



ESCALA DE OPINION DE LOS PERSONAJES.

Con excepción de 6 reactivos que presentan valores de  $X^2$  menores a .05, en los 23 restantes se acepta  $H_0$ .

### 7.2.3 Por lo que respecta a la hipótesis

"No existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas sujetas a la tercera medición." se concluye lo siguiente:

#### ESCALA DE CONOCIMIENTO DE PERSONAJES.

Con excepción de 2 de los 10 reactivos estudiados, en los 8 restantes ya que los valores de  $X^2$  son mayores a .05, se acepta la hipótesis nula, es decir, no existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas sujetas a la tercera medición.

#### ESCALA DE CONOCIMIENTOS DE HECHOS HISTORICOS

Ya que 12 reactivos que obtienen valores menores a .05 para los que se rechaza  $H_0$ , en los 14 reactivos restantes el encontrar que los valores de  $X^2$  son mayores a .05 se acepta la hipótesis nula, es decir que no existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas sujetas a la tercera medición.

#### ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

Todos los reactivos presentan valores de  $X^2$  mayores a .05 por lo que se acepta  $H_0$ .

ESCALA DE OPINION DE LOS PERSONAJES.

Con excepción de 2 reactivos que presentan valores de  $X^2$  menores a .05, en los 27 restantes se acepta  $H_0$ .

7.2.4 Por lo que respecta a la hipótesis

"Existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas en la medición 1 y 3" se concluye lo siguiente:

ESCALA DE CONOCIMIENTO DE PERSONAJES.

Ya que en todos los reactivos estudiados los valores de  $X^2$  son menores a .05, se rechaza la hipótesis nula, es decir, existen diferencias estadísticamente significativas, en el conocimiento de las personas en las mediciones 1 y 3.

ESCALA DE CONOCIMIENTOS DE HECHOS HISTORICOS

Ya que 23 de los 26 presentan los valores de  $X^2$  son menores a .05 se rechaza la hipótesis nula, es decir, existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas en la medición 1 y 3.

ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

En 5 de los 8 reactivos presentan valores mayores a .05 por lo que se acepta  $H_0$ , rechazándose en los 3 restantes.

ESCALA DE OPINION DE LOS PERSONAJES.

En 11 de los 29 reactivos el valor de  $X^2$  mayores a .05 por lo que se acepta  $H_0$ , en los 18 restantes se acepta  $H_0$ .

7.2.5 Por lo que respecta a la hipótesis

"Existen diferencias estadísticamente significativas entre las personas en la medición 2 y 3". Se concluye lo siguiente:

ESCALA DE CONOCIMIENTO DE PERSONAJES.

Ya que en todos los reactivos estudiados los valores de  $X^2$  son menores a .05, se rechaza la hipótesis nula, es decir, existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas en las mediciones 2 y 3.

ESCALA DE CONOCIMIENTOS DE HECHOS HISTORICOS

Ya que todos los reactivos presentan valores de  $X^2$  menores a .05 se rechaza la hipótesis nula, es decir, existen diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento de las personas en la mediciones 2 y 3.

ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

En 8 de los 10 reactivos se observan valores mayores a .05 por lo que se acepta  $H_0$ , rechazándose en los 2 restantes.

ESCALA DE OPINION DE LOS PERSONAJES.

En 12 de los 29 reactivos el valor de  $X^2$  es menor a .05 por lo que se rechaza  $H_0$ , en los 17 restantes se acepta .

NOTA: Los datos derivados de este análisis se encuentran en el apéndice E del cuadro 72 A 81.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones que se derivan de los resultados obtenidos en esta investigación son las siguientes:

El formato telenovela resulta ser un vehículo apropiado para llevar a la población mensajes educativos y de orientación. Esto se debe a que su formato es muy gustado y su cobertura es muy amplia, llegando a núcleos de población que por otros medios resultaría muy difícil y costoso, especialmente a las clases marginadas que son las más necesitadas de los mismos.

La exposición a la telenovela "Senda de Gloria" logró un incremento significativo en el conocimiento de los personajes y propició un cambio de opinión en las personas que se expusieron a ella, ya que como se observa en los resultados, el desconocimiento de los personajes y hechos históricos desciende notablemente y se incrementan los diversos niveles de conocimiento, cuando se comparan especialmente la primera y segunda medición.

Otro hecho que resulta importante destacar es que en las mujeres este incremento se da sobre todo en aspectos conductuales, como son el reconocimiento visual o del nombre, mientras que en los hombres se da más hacia aspectos cognitivos, como las características concretas de los personajes.

Una posible explicación de este hecho sería el que los modelos presentados en la telenovela son todos figuras masculinas, por lo que la identificación es más fuerte entre los hombres, lo que se sustenta en base a la teoría del aprendizaje a través de modelos de A. Bandura, citado en esta tesis, donde se menciona que "bajo ciertas condiciones, el modelamiento puede ser significativamente influenciado por la similitud real o asumida entre el observador y el modelo".

El incremento en el conocimiento de los personajes históricos estudiados es ligeramente mayor entre los grupos de personas jóvenes que entre la gente mayor. Una posible explicación de este hecho sería, el que están más familiarizados con dichos personajes, ya que aparecen en los textos escolares que manejan en su vida cotidiana.

Este incremento en el conocimiento, tiene sustentación teórica en los resultados obtenido por Hallam (1979), analizado en la parte teórica de esta tesis y que indica que un método en el cual pueda revivirse y concretarse el pasado, es útil y debería emplearse en la enseñanza de la historia. Este autor encontró además que un episodio dramatizado en el que puedan clarificarse ideas y sucesos abstractos, son valores incalculables para introducir a los sujetos al contexto de la historia. De los resultados de este trabajo podría concluirse que, el formato telenovela facilita la adquisición de conocimiento histórico. Esto fue corroborado, no obstante, es pertinente aclarar que el nivel de profundidad en el

aprendizaje logrado, se ubicó (considerando además lo que midió el instrumento empleado) básicamente en el conocimiento y comprensión de los contenidos. Queda por dilucidar si es posible desarrollar habilidades para el aprendizaje complejo, como el análisis crítico de los episodios y personajes históricos, la contrastación de las diversas fuentes históricas, la equiparación de los diversos periodos de la historia de México, etc. que implica un pensamiento maduro.

Otro hecho que resulta importante mencionar, es que en las escalas de conocimientos se observa un incremento notable en los puntajes hacia la segunda medición, para después decaer moderadamente hacia la tercera medición. Una posible explicación de este hecho podría ser el que en la tercera medición, la telenovela había finalizado y el público se olvidó de ciertos elementos al no estar en contacto con los hechos y personajes. Esto apunta en la dirección de que los efectos de la exposición perduran un tiempo limitado, no obstante este hecho debe explorarse en sucesivos estudios. Este hecho se apoya también en la teoría del Esfuerzo Mental Invertido de Salomon (1981), quien sugiere que el conocimiento que las personas extraen y retienen de la televisión, está en función del esfuerzo mental que invierten en procesar el material. Asimismo, señala que la televisión tiene una capacidad potencial para cultivar habilidades específicas, pero sus efectos dependen mucho de cómo se utilice y la predisposición del sujeto para recibir el



material. Uno de los problemas, menciona Salomon, es que estamos acostumbrados a ver la televisión como un ruido de fondo que exige una actividad cognitiva escasa.

Las conclusiones referentes a las escalas de opinión son las siguientes:

La telenovela propició un cambio respecto a la mayoría de los mensajes que se transmitieron explícitamente a través de la misma. Este hecho se sustenta en la teoría de Bandura que afirma que la presentación de modelos en una acción real, en comparación con una simple descripción verbal, da mayores resultados en términos de influencia en el observador.

Es importante hacer notar que la frase "En México se permite diversidad de opinión" desciende significativamente hacia la segunda medición lo cual podría ser explicado por la agitación política del país, en la época en que se transmitió la telenovela (1987), por las elecciones para Presidente de la República.

Por lo que respecta a los aspectos de personalidad de los personajes históricos estudiados, la conclusión sería que, en personajes que tienen una imagen muy bien definida por ser altamente conocidos por la gente, es difícil cambiar el estereotipo asociado a dicha imagen. Este sería el caso de Emiliano Zapata, del cuál mas del 80% está de acuerdo en que fue un defensor de sus ideales; o Lázaro Cárdenas, acerca de quien la mayoría de los entrevistados opinó que fue oportuno en sus acciones y fue un buen dirigente, mientras que en otros casos,

como Adolfo de la Huerta o Emilio Portes Gil, etc. no existe consenso en las opiniones, por ser personajes poco conocidos y de los cuales no se nos ha inculcado una imagen tan definida como en el caso de los anteriores. Una posible explicación a este hecho podría ser que la telenovela no logró proyectar con suficiente fuerza las diferentes personalidades de los personajes tratados. O bien, como se mencionó anteriormente, que desde pequeños se nos inculcan ciertas características de nuestros héroes nacionales, que nos llevan a encasillarlos y resulta difícil "humanizarlos" por lo que tendemos a identificarlos sólo con una determinada imagen. Asimismo, si nos remitimos a lo expuesto por Hughes (1965), en la revisión teórica de este documento, encontramos que dicho autor señala que "incluso los métodos más brillantes no garantizan el éxito del aprendizaje a menos que los esquemas existentes estén lo suficientemente desarrollados en el sujeto como para afrontar la situación" encontramos una explicación más que sustente teóricamente esta conclusión.

Como se puede observar las posibilidades de las telenovelas históricas son considerables, en cuanto a la adquisición de conocimientos en la audiencia, así como también en lo referente a llevar mensajes que ayuden a entender como se gestaron los movimientos que conforman nuestra historia, lo que conlleva colateralmente a un cambio en la opinión sobre los mismos, pero

haciendo incapié en que ello será posible sólo si existe un nivel de actividad cognitiva apropiada y se induce un modelamiento pertinente.

Debe considerarse que el impacto del mensaje transmitido en la audiencia, en este caso, a través de un formato específico: la telenovela histórica, no es único ni unidireccional. Existen una serie de factores mediacionales vinculados a características personales, socioculturales y aun situacionales. Un análisis más fino de dichos factores, permitirá enriquecer el formato de telenovela histórica y buscar aprendizajes intencionales significativos.

En el caso de esta investigación, el diseño fue cuasiexperimental, sustentándose en el principio de que las mediciones repetidas de uno o varios grupos expuestos a un tratamiento, permiten determinar de manera válida los efectos del mismo. No obstante, en estudios subsecuentes se sugiere un mayor control experimental, en el sentido del establecimiento de comparaciones formales, referidas a la inclusión de diversos grupos no expuestos al tratamiento que son evaluados varias veces.

Así mismo, se considera conveniente ampliar el instrumento utilizado en este trabajo, no limitándose a medir reconocimiento de información y cambio de opiniones, sino indagando la posible existencia de aprendizajes a un nivel más alto.

Finalmente, creo que el aprendizaje de contenidos históricos requiere de profundos cuestionamientos y de la adopción y valoración de diferentes prospectos ante los mismos hechos, por lo que no se reduce a la memorización de fechas o al reconocimiento de las figuras históricas. Por lo anterior, la elaboración de programas televisivos con fines educativos debe orientarse hacia la inducción de un pensamiento activo y reflexivo por parte de la audiencia.

## BIBLIOGRAFIA

- Aguilar J., Diaz-Barriga F. (1986). Proyecto DEMACOCEEE, diagnóstico Psicopedagógico en la Educación Básica. México: Revista Tecnología y Comunicación Educativa, ILCE.
  
- Anderson D., Bryant V. (1983). Children's Understanding of Television Academic. Press Inc.
  
- Bandura, A.(1984). Teoría del Aprendizaje social. Madrid: Espasa Calpe.
  
- Barquera, F.(1985). Televisa el V Poder. México:Claves Latinoamericanas.
  
- Cantor G. Murill, P. S.(1983). The soap operas. USA:Sage Publications.
  
- Campbell D.,Stanley J. (1973). Diseños Experimentales y Cuasiexperimentales en la Investigación Social. Argentina:Amorrortu Editores.
  
- Cortés R. (1986). La Escuela y los Medios de Comunicación Masiva. México: Ediciones El Caballito.

-Delval Juan,(1987). El Aprendizaje en el Niño y los nuevos medios de comunicación. México:Revista Tecnología y Comunicación Educativa, (p. 29 a 41) ILCE.

-Edmonson a Raunds (1973). The Soaps, Daytime Serials of Radio and T.V. USA:Sain and Day Publications.

-Galindo Barrueta ma. del Carmen,(1986) La telenovela de refuerzo de valores., México: tesis Universidad Latinoamericana.

-Institute of Communication Research,(1981). Towar de Social Use of the Soap Operas. Paper presented at the Anual Conference of the International Institute of Communications, France.

-Kerlinger N. Fred.(1982). Investigación del Comportamiento. México: Ed. Interamericana.

-La televisión :Usos y Propuestas Educativas (1987). México: Revista Perfiles Educativos CISE, UNAM..

-Los Medios de Comunicación: ¿Una Escuela Paralela? (1987). México:Revista Ciencia y Comunicación Educativa ILCE.

-Roberts D., Bachen C.(1882). Mass Communication Effects. USA:Institute for Communication Research.

-Rogers E.(1983). Telenovelas: A Latin America Success Story. USA:Latin American Studies Center of Standford University.

-Rogers L.(1983). The Erly Window: The effects of Television on Children and Youth. USA: Pergamon Press, Inc.

-Rojas A. (1985). La Televisión Educativa en México. SEP/COSNET.

-Ronald E. Frank, M.G.(1985). The Public's Use of the Television. USA:Sague Publications.

-Sabido M. (1981). Apuntes del Uso Social de la Telenovela. IIC: Documento Interno.

-Singer D. (1983). A Time to Reexamine the Role of Television in our lives. USA: American Psychologist.

-Singer J., Singer D. (1983). Psichologists Look at Television. USA: Yale University

-Wartella E., Reeves B. (1983). Incurring Issues in Research on Children and Media. USA:Educational Tecnology.

-White M. (1981). Into the Electronic Learning Era.  
USA: Educational Tecnology.



A P E N D I C E A

CONOCIMIENTO DE LAZARO CARDENAS POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	13	28	38	13	7
MUJERES	13	19	36	23	9
TOTAL	13	23	37	19	8

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	14	35	42	7	2
MUJERES	14	23	42	17	5
TOTAL	14	29	42	12	3

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	19	48	26	6	2
MUJERES	23	39	28	8	2
TOTAL	21	43	27	7	2

APENDICE A

TABLA 1

CONOCIMIENTO DE LAZARO CARDENAS POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	14	26	38	16	6
MEDIO	14	23	39	18	7
BAJO	12	22	34	21	12
TOTAL	13	23	37	19	8

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	13	36	41	10	0
MEDIO	14	28	42	12	5
BAJO	13	23	43	15	6
TOTAL	14	28	42	12	4

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	22	48	24	5	0
MEDIO	18	47	28	6	1
BAJO	22	35	29	10	5
TOTAL	21	43	27	7	2

CONOCIMIENTO DE LAZARO CARDENAS POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	9	18	38	25	10
17 A 18 ANOS	13	19	41	20	6
19 A 24 ANOS	10	21	39	20	10
25 A 30 ANOS	12	27	32	21	9
31 A 45 ANOS	18	25	38	13	6
46 ANOS O MAS	17	30	34	18	8
TOTAL	13	23	37	18	8

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	13	26	36	26	-
17 A 18 ANOS	12	28	41	17	2
19 A 24 ANOS	10	25	48	15	3
25 A 30 ANOS	14	25	48	5	9
31 A 45 ANOS	17	30	44	4	5
46 ANOS O MAS	16	37	37	6	3
TOTAL	14	28	42	12	4

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	25	35	23	14	4
17 A 18 ANOS	27	37	27	6	3
19 A 24 ANOS	22	35	36	5	1
25 A 30 ANOS	21	43	28	6	1
31 A 45 ANOS	14	52	24	8	3
46 ANOS O MAS	16	55	25	3	1
TOTAL	21	43	27	7	2

APENDICE A

TABLA 3

CONOCIMIENTO DE ABELARDO L. RODRIGUEZ POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	6	11	20	63
MUJERES	0	3	9	19	69
TOTAL	1	4	10	19	66

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	8	19	11	62
MUJERES	1	4	12	16	67
TOTAL	1	6	15	14	64

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	11	15	19	54
MUJERES	-	7	13	18	62

CONOCIMIENTO DE ABELARDO L. RODRIGUEZ POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	1	6	11	25	57
MEDIO	0	4	11	18	66
BAJO	--	2	8	15	75
TOTAL	1	4	10	19	66

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	0	8	18	16	57
MEDIO	1	7	16	16	60
BAJO	1	3	11	9	76
TOTAL	1	6	15	14	64

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	0	13	12	18	56
MEDIO	1	9	18	23	50
BAJO	--	6	13	13	69
TOTAL	1	9	14	18	58

CONOCIMIENTO DE ABELARDO L. RODRIGUEZ POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	1	6	14	79
17 A 18 ANOS	-	3	8	17	72
19 A 24 ANOS	0	4	8	15	73
25 A 30 ANOS	1	3	12	19	66
31 A 45 ANOS	1	3	11	25	60
46 ANOS O MAS	0	11	15	26	47
TOTAL	1	4	10	19	66

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 2 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	1	12	9	78
17 A 18 ANOS	-	5	12	11	73
19 A 24 ANOS	1	6	12	10	71
25 A 30 ANOS	-	7	12	15	66
31 A 45 ANOS	3	9	12	17	58
46 ANOS O MAS	1	8	29	20	44
TOTAL	1	6	15	14	64

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 3 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 A\OS	1	4	12	14	70
17 A 18 A\OS	-	8	10	14	68
19 A 24 A\OS	1	10	15	13	61
25 A 30 A\OS	-	7	13	19	61
31 A 45 A\OS	1	5	14	24	57
46 A\OS O MAS	-	19	21	24	36
TOTAL	1	9	14	18	58

APENDICE A

TABLA 6

CONOCIMIENTO DE PASCUAL ORTIZ RUBIO POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	5	13	19	62
MUJERES	1	2	9	19	70
TOTAL	1	3	11	19	66

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	0	8	18	18	57
MUJERES	-	4	12	19	65
TOTAL	0	6	15	18	61

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	14	15	21	51
MUJERES	1	11	10	22	56
TOTAL	1	12	12	22	53

APENDICE A

TABLA 7



CONOCIMIENTO DE PASCUAL ORTIZ RUBIO POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	1	5	12	24	59
MEDIO	1	4	12	19	64
BAJO	0	2	9	14	75
TOTAL	1	3	11	19	66

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	-	6	17	25	52
MEDIO	0	9	14	17	60
BAJO	-	2	14	13	71
TOTAL	0	6	15	18	61

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	0	14	9	21	55
MEDIO	1	15	16	22	47
BAJO	0	8	12	21	59
TOTAL	1	12	12	22	53

APENDICE A

TABLA 8

CONOCIMIENTO DE PASCUAL ORTIZ RUBIO POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	1	7	10	82
17 A 18 ANOS	-	3	8	18	71
19 A 24 ANOS	1	3	9	18	70
25 A 30 ANOS	0	1	10	23	65
31 A 45 ANOS	1	6	14	21	58
46 ANOS O MAS	1	8	17	22	52
TOTAL	1	4	11	18	66

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 2 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	2	12	14	72
17 A 18 ANOS	-	9	13	13	64
19 A 24 ANOS	-	5	13	16	66
25 A 30 ANOS	-	5	12	24	60
31 A 45 ANOS	-	7	12	18	62
46 ANOS O MAS	1	5	25	25	46
TOTAL	0	6	15	18	61

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 3 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	1	4	9	19	67
17 A 18 ANOS	-	12	11	12	65
19 A 24 ANOS	-	11	11	25	53
25 A 30 ANOS	1	9	12	23	55
31 A 45 ANOS	-	11	12	27	50
46 ANOS O MAS	2	24	19	23	33
TOTAL	1	12	12	22	53

CONOCIMIENTO DE ALVARO OBREGON POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	2	18	16	35	30
MUJERES	1	9	13	41	36
TOTAL	2	13	14	38	33

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	5	31	20	22	22
MUJERES	5	22	21	29	23
TOTAL	5	26	21	26	23

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	2	35	15	29	19
MUJERES	4	24	14	33	25
TOTAL	3	29	14	31	22

APENDICE A

TABLA 10

CONOCIMIENTO DE ALVARO OBREGON POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	1	18	15	38	27
MEDIO	2	13	19	36	31
BAJO	2	9	10	40	40
TOTAL	2	13	15	38	33

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	6	36	20	24	15
MEDIO	5	25	22	27	21
BAJO	4	18	20	27	32
TOTAL	5	26	21	26	23

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	3	36	14	32	19
MEDIO	3	31	17	31	18
BAJO	3	25	12	31	29
TOTAL	3	29	14	31	22

APENDICE A

TABLA 11

CONOCIMIENTO DE ALVARO OBREGON POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	0	10	13	37	40
17 A 18 ANOS	1	9	12	39	39
19 A 24 ANOS	2	12	13	40	34
25 A 30 ANOS	2	12	12	39	36
31 A 45 ANOS	2	12	18	40	23
46 ANOS O MAS	2	19	20	33	26
TOTAL	2	13	14	38	33

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 2 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	1	20	14	36	29
17 A 18 ANOS	5	27	17	26	25
19 A 24 ANOS	6	21	24	28	22
25 A 30 ANOS	5	24	25	25	22
31 A 45 ANOS	4	27	22	26	21
46 ANOS O MAS	7	37	22	16	18
TOTAL	5	26	21	26	22

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 3 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	3	22	14	30	31
17 A 18 ANOS	3	33	11	33	21
19 A 24 ANOS	3	28	11	36	22
25 A 30 ANOS	4	31	9	30	27
31 A 45 ANOS	3	28	16	34	18
46 ANOS O MAS	3	33	24	25	15
TOTAL	3	29	14	31	22

CONOCIMIENTO DE EMILIO PORTES GIL POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	0	5	13	15	67
MUJERES	1	2	11	14	73
TOTAL	1	4	11	14	70

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	12	15	14	59
MUJERES	2	5	12	14	67
TOTAL	1	8	14	14	63

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	12	20	20	51
MUJERES	3	9	11	17	60
TOTAL	2	10	14	18	56

CONOCIMIENTO DE EMILIO PORTES GIL POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	1	5	14	21	60
MEDIO	1	4	12	14	70
BAJO	0	2	9	8	81
TOTAL	1	4	11	14	70

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	2	11	15	16	57
MEDIO	2	11	15	13	59
BAJO	-	4	11	11	74
TOTAL	1	8	14	14	63

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	3	12	13	19	53
MEDIO	2	10	17	23	48
BAJO	1	9	11	13	66
TOTAL	2	10	14	18	56

APENDICE A

TABLA 14

CONOCIMIENTO DE EMILIO PORTES GIL POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	0	1	7	8	84
17 A 18 ANOS	-	2	9	10	77
19 A 24 ANOS	1	3	9	13	75
25 A 30 ANOS	-	3	10	17	69
31 A 45 ANOS	0	4	14	18	65
46 ANOS O MAS	2	8	21	20	50
TOTAL	1	4	11	14	70

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	1	12	10	77
17 A 18 ANOS	2	8	9	10	71
19 A 24 ANOS	1	6	10	15	68
25 A 30 ANOS	1	9	14	12	65
31 A 45 ANOS	1	12	14	13	60
46 ANOS O MAS	1	14	23	20	41
TOTAL	1	8	14	14	63

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 A\OS	2	5	8	14	71
17 A 18 A\OS	2	11	8	15	64
19 A 24 A\OS	2	7	11	17	63
25 A 30 A\OS	1	9	12	16	72
31 A 45 A\OS	3	12	16	22	47
46 A\OS O MAS	1	15	27	26	31
TOTAL	2	10	14	18	56

APENDICE A

TABLA 15



CONOCIMIENTO DE PLUTARCO ELIAS CALLES POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	4	15	11	27	43
MUJERES	2	8	10	30	50
TOTAL	3	11	11	29	46

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	4	28	12	20	37
MUJERES	4	19	13	24	40
TOTAL	4	23	12	22	39

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	7	37	9	19	28
MUJERES	8	27	10	23	32
TOTAL	8	31	9	22	30

APENDICE A

TABLA 16

CONOCIMIENTO DE PLUTARCO ELIAS CALLES POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	2	6	7	21	65
17 A 18 ANOS	2	8	9	29	52
19 A 24 ANOS	3	9	9	30	49
25 A 30 ANOS	3	12	11	29	45
31 A 45 ANOS	2	15	14	35	36
46 ANOS O MAS	5	18	16	29	32
TOTAL	3	11	11	29	46

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	11	11	23	55
17 A 18 ANOS	3	21	16	19	41
19 A 24 ANOS	6	22	10	27	36
25 A 30 ANOS	4	26	12	25	35
31 A 45 ANOS	7	22	11	19	42
46 ANOS O MAS	3	37	16	20	24
TOTAL	4	23	12	22	39

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	2	19	13	20	45
17 A 18 ANOS	7	27	7	20	40
19 A 24 ANOS	7	31	7	23	32
25 A 30 ANOS	8	32	6	19	35
31 A 45 ANOS	9	35	12	29	15
46 ANOS O MAS	13	43	10	18	15

CONOCIMIENTO DE PLUTARCO ELIAS CALLES POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	3	16	11	33	37
MEDIO	4	9	14	29	44
BAJO	1	9	8	25	57
TOTAL	3	11	11	29	46

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	3	35	14	23	25
MEDIO	4	24	12	23	37
BAJO	4	11	12	20	53
TOTAL	4	23	12	22	39

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	8	41	7	18	27
MEDIO	10	30	11	24	25
BAJO	6	25	10	22	38
TOTAL	8	31	9	22	30

CONOCIMIENTO DE ADOLFO DE LA HUERTA POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	0	3	13	27	57
MUJERES	0	1	12	25	62
TOTAL	0	2	12	26	60

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	2	10	16	26	47
MUJERES	1	7	14	31	48
TOTAL	1	8	15	28	48

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	1	13	14	30	42
MUJERES	0	6	11	28	55
TOTAL	1	10	12	29	48

CONOCIMIENTO DE ADOLFO DE LA HUERTA POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	0	1	14	32	53
MEDIO	0	3	14	25	58
BAJO	0	1	10	22	67
TOTAL	0	2	12	26	60

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	2	15	15	36	33
MEDIO	2	9	15	26	49
BAJO	1	1	14	24	60
TOTAL	1	8	15	28	48

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	0	12	11	28	49
MEDIO	1	11	15	32	42
BAJO	1	6	12	26	56
TOTAL	1	10	12	29	49

APENDICE A

TABLA 20

CONOCIMIENTO DE ADOLFO DE LA HUERTA POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	0	0	8	17	74
17 A 18 ANOS	0	1	10	23	66
19 A 24 ANOS	-	2	10	24	63
25 A 30 ANOS	0	1	12	27	59
31 A 45 ANOS	1	2	17	30	51
46 ANOS O MAS	0	4	15	35	45
TOTAL	0	2	12	26	60

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	6	7	22	65
17 A 18 ANOS	3	9	14	27	47
19 A 24 ANOS	1	7	13	29	50
25 A 30 ANOS	-	7	16	26	52
31 A 45 ANOS	3	6	15	32	44
46 ANOS O MAS	1	14	22	35	29
TOTAL	1	8	14	29	48

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	-	4	11	23	62
17 A 18 ANOS	-	7	10	22	61
19 A 24 ANOS	1	9	13	22	55
25 A 30 ANOS	1	12	12	30	45
31 A 45 ANOS	1	10	12	38	39
46 ANOS O MAS	1	15	16	36	32
TOTAL	1	9	12	29	49

CONOCIMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	8	21	46	14	10
MUJERES	6	17	47	21	10
TOTAL	7	19	47	18	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	14	35	41	6	7
MUJERES	12	25	43	13	6
TOTAL	13	30	42	10	5

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES	14	43	34	8	2
MUJERES	14	36	36	10	4
TOTAL	14	39	35	9	3

CONOCIMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	7	21	47	18	7
MEDIO	7	20	49	17	7
BAJO	6	16	43	19	16
TOTAL	7	19	47	18	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	15	34	42	7	3
MEDIO	12	28	43	11	6
BAJO	13	28	42	12	6
TOTAL	13	30	42	10	5

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO	15	43	34	6	2
MEDIO	14	43	33	7	3
BAJO	14	31	37	13	5
TOTAL	14	39	35	9	3



CONOCIMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	8	17	52	13	10
17 A 18 ANOS	9	18	46	17	10
19 A 24 ANOS	6	20	44	21	9
25 A 30 ANOS	5	20	47	17	11
31 A 45 AN\OS	7	19	48	19	7
46 ANOS O MAS	6	20	41	20	12
TOTAL	7	19	46	18	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	14	23	48	9	7
17 A 18 ANOS	14	43	30	12	2
19 A 24 ANOS	13	29	41	13	5
25 A 30 ANOS	15	28	42	9	6
31 A 45 ANOS	7	24	54	9	5
46 ANOS O MAS	15	31	39	10	5
TOTAL	13	30	42	10	5

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS	18	40	33	6	2
17 A 18 ANOS	16	40	37	7	1
19 A 24 ANOS	15	36	35	10	3
25 A 30 ANOS	12	47	29	9	4
31 A 45 ANOS	12	36	38	9	5
46 ANOS O MAS	13	37	36	12	2
TOTAL	14	39	35	9	3

CONOCIMIENTO DE FRANCISCO VILLA POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES			78	15	8
MUJERES			60	28	12
TOTAL			68	22	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES			86	10	4
MUJERES			76	18	7
TOTAL			80	14	5

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES			90	8	2
MUJERES			85	12	3
TOTAL			88	10	2

CONOCIMIENTO DE FRANCISCO VILLA POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO			75	19	7
MEDIO			68	22	10
BAJO			63	24	14
TOTAL			68	22	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO			83	13	4
MEDIO			82	13	5
BAJO			76	17	7
TOTAL			80	14	6

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO			90	9	1
MEDIO			91	8	2
BAJO			82	13	5
TOTAL			88	10	2

CONOCIMIENTO DE FRANCISCO VILLA POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS			64	22	14
17 A 18 ANOS			65	24	11
19 A 24 ANOS			64	22	13
25 A 30 ANOS			72	17	11
31 A 45 ANOS			74	23	3
46 ANOS O MAS			70	21	9
TOTAL			68	22	10

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 2 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS			67	23	9
17 A 18 ANOS			77	19	5
19 A 24 ANOS			81	15	4
25 A 30 ANOS			85	10	5
31 A 45 ANOS			85	9	7
46 ANOS O MAS			87	10	3
TOTAL			80	14	5

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	MEDICION 3 IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS			83	12	5
17 A 18 ANOS			90	7	3
19 A 24 ANOS			87	12	1
25 A 30 ANOS			87	11	2
31 A 45 ANOS			90	10	-
46 ANOS O MAS			89	8	4
TOTAL			88	10	2

CONOCIMIENTO DE EMILIANO ZAPATA POR SEXO  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES			81	10	9
MUJERES			68	22	10
TOTAL			74	16	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES			86	10	4
MUJERES			81	13	7
TOTAL			83	11	6

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
HOMBRES			94	5	1
MUJERES			85	11	4
TOTAL			89	8	3

APENDICE A

TABLA 28

CONOCIMIENTO DE EMILIANO ZAPATA POR NIVEL  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO			81	12	7
MEDIO			76	16	8
BAJO			66	20	14
TOTAL			74	16	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO			86	10	4
MEDIO			85	11	4
BAJO			78	13	9
TOTAL			83	11	6

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
ALTO			93	6	1
MEDIO			90	8	2
BAJO			85	10	5
TOTAL			89	8	3

APENDICE A

TABLA 29

CONOCIMIENTO DE EMILIANO ZAPATA POR EDAD  
MEDICION 1

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS			72	18	10
17 A 18 ANOS			71	18	11
19 A 24 ANOS			74	15	11
25 A 30 ANOS			76	13	9
31 A 45 ANOS			74	19	7
46 ANOS O MAS			76	14	10
TOTAL			74	16	10

MEDICION 2

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS			76	17	7
17 A 18 ANOS			81	13	5
19 A 24 ANOS			82	12	6
25 A 30 ANOS			88	9	4
31 A 45 ANOS			87	8	6
46 ANOS O MAS			85	9	6
TOTAL			83	11	6

MEDICION 3

	LO CONOCE MUY BIEN	LO CONOCE	IDENTIFICO FOTO	IDENTIFICO NOMBRE	NO LO CONOCE
12 A 16 ANOS			89	8	4
17 A 18 ANOS			89	8	3
19 A 24 ANOS			88	9	3
25 A 30 ANOS			89	9	2
31 A 45 ANOS			88	10	3
46 ANOS O MAS			91	6	3
TOTAL			89	8	3





ANÁLISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTÓRICOS DE LA REVOLUCIÓN

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MEJ. 1	MEJ. 2	MEJ. 3	MEJ. 1	MEJ. 2	MEJ. 3	
<b>ASESINATO ZAPATA</b>							
NO SE SABE	52.7%	28.2%	19.2%	44.4%	28.6%	29.0%	30.9%
RECORDO ALGO	38.0%	58.4%	51.8%	47.0%	53.8%	54.9%	52.7%
EL CONZCOO MUY BIEN	14.4%	23.2%	29.0%	8.7%	17.6%	20.1%	16.5%
<b>GUERRA CRISTERA</b>							
NO SE SABE	62.4%	52.4%	27.0%	69.5%	59.3%	43.8%	57.0%
RECORDO ALGO	31.5%	38.2%	47.5%	26.7%	33.5%	44.1%	34.7%
EL CONZCOO MUY BIEN	6.1%	12.5%	19.5%	3.7%	7.2%	12.3%	8.3%
<b>FUNDACION BCO. DE MEX</b>							
NO SE SABE	71.8%	58.8%	30.1%	75.8%	64.9%	61.9%	67.5%
RECORDO ALGO	24.2%	32.9%	38.5%	22.5%	30.1%	31.6%	27.1%
EL CONZCOO MUY BIEN	3.9%	10.5%	9.4%	2.2%	5.0%	6.8%	5.3%
<b>MOV. ANTIRRELECCIONISTA</b>							
NO SE SABE	75.1%	65.3%	65.3%	82.3%	74.1%	73.9%	74.0%
RECORDO ALGO	19.0%	27.5%	28.5%	17.9%	22.2%	22.7%	20.7%
EL CONZCOO MUY BIEN	5.9%	7.2%	8.2%	2.7%	3.7%	6.4%	5.3%
<b>MAXIMATO</b>							
NO SE SABE	64.7%	52.7%	52.9%	75.3%	62.1%	57.6%	62.9%
RECORDO ALGO	28.1%	37.8%	35.5%	22.2%	27.8%	34.5%	29.3%
EL CONZCOO MUY BIEN	7.2%	9.5%	14.1%	4.5%	8.1%	7.6%	7.7%
<b>PLAN IRRIGACIONAL</b>							
NO SE SABE	75.9%	67.1%	64.9%	64.4%	72.3%	74.1%	75.3%
RECORDO ALGO	19.7%	27.8%	29.5%	14.3%	23.3%	20.8%	20.4%
EL CONZCOO MUY BIEN	3.5%	5.1%	9.8%	1.3%	4.4%	5.3%	4.2%
<b>REDACC ART 3</b>							
NO SE SABE	51.7%	47.8%	54.0%	54.5%	55.2%	48.6%	48.7%
RECORDO ALGO	37.0%	41.9%	44.0%	37.5%	38.8%	42.7%	39.5%
EL CONZCOO MUY BIEN	11.3%	8.5%	22.0%	7.6%	10.2%	10.8%	12.0%
<b>FUND. CTM</b>							
NO SE SABE	55.9%	48.1%	39.1%	67.2%	55.5%	46.4%	54.4%
RECORDO ALGO	37.5%	48.9%	42.5%	26.8%	37.0%	42.8%	38.9%
EL CONZCOO MUY BIEN	6.5%	11.1%	18.5%	6.1%	9.2%	10.8%	8.7%

ANÁLISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTÓRICOS DE LA REVOLUCIÓN

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>ASESINATO ZAPATA</b>										
NO SE NADA	33.4%	17.2%	13.1%	37.4%	19.7%	15.3%	43.2%	35.1%	19.1%	30.9%
RECUERDO ALGO	32.2%	37.3%	37.1%	23.3%	20.4%	21.3%	47.2%	33.2%	33.1%	32.7%
LO CONZCOO MUY BIEN	14.9%	23.3%	29.1%	7.5%	23.7%	23.3%	7.8%	11.3%	20.2%	16.3%
<b>GUERRA CRISTERA</b>										
NO SE NADA	30.7%	49.0%	32.3%	37.3%	33.2%	39.3%	71.9%	63.9%	47.5%	57.0%
RECUERDO ALGO	35.7%	37.9%	49.3%	26.5%	34.3%	43.1%	23.3%	32.1%	43.3%	34.7%
LO CONZCOO MUY BIEN	7.0%	12.3%	17.9%	4.2%	12.2%	15.1%	2.8%	3.9%	8.8%	8.3%
<b>FUNDACION BCO. DE MEX</b>										
NO SE NADA	35.1%	31.0%	31.3%	73.0%	31.9%	33.3%	81.3%	69.3%	67.0%	67.3%
RECUERDO ALGO	30.7%	31.3%	33.9%	23.4%	28.3%	23.7%	13.7%	27.9%	26.8%	27.1%
LO CONZCOO MUY BIEN	4.3%	10.2%	11.2%	3.0%	9.3%	7.8%	1.8%	2.9%	4.2%	5.3%
<b>MOV. ANTIRRELECCIONISTA</b>										
NO SE NADA	70.4%	31.3%	31.4%	49.7%	69.9%	69.3%	80.1%	78.2%	72.3%	74.0%
RECUERDO ALGO	24.3%	29.1%	27.3%	15.4%	24.3%	22.3%	11.3%	20.7%	24.4%	20.7%
LO CONZCOO MUY BIEN	5.0%	9.3%	11.0%	4.9%	6.1%	7.7%	2.3%	1.1%	2.9%	3.3%
<b>MAXIMATO</b>										
NO SE NADA	31.0%	33.0%	46.0%	69.3%	34.2%	32.3%	81.3%	68.9%	66.3%	62.9%
RECUERDO ALGO	31.2%	37.1%	33.3%	26.1%	33.2%	34.3%	13.4%	27.1%	26.7%	29.3%
LO CONZCOO MUY BIEN	7.0%	12.9%	14.3%	4.9%	9.3%	13.3%	2.8%	3.9%	4.9%	7.7%
<b>PLAN IRRIGACIONAL</b>										
NO SE NADA	76.2%	31.3%	30.4%	78.3%	30.3%	37.3%	81.1%	79.3%	74.9%	75.3%
RECUERDO ALGO	20.2%	33.2%	23.1%	16.3%	24.7%	23.2%	11.7%	18.9%	22.2%	20.4%
LO CONZCOO MUY BIEN	3.0%	3.3%	16.4%	2.4%	3.7%	7.3%	1.2%	1.3%	2.9%	4.2%
<b>REDACC ART 3</b>										
NO SE NADA	43.3%	41.3%	26.9%	35.1%	32.2%	36.1%	60.4%	58.3%	43.3%	48.7%
RECUERDO ALGO	42.3%	43.3%	43.9%	34.7%	33.3%	42.9%	34.9%	37.1%	41.3%	39.3%
LO CONZCOO MUY BIEN	13.7%	11.7%	27.3%	10.2%	12.2%	21.0%	4.7%	4.3%	15.3%	12.0%
<b>FUND. CTM</b>										
NO SE NADA	33.2%	41.4%	39.0%	33.1%	30.3%	33.3%	63.7%	51.4%	30.3%	34.4%
RECUERDO ALGO	39.7%	42.2%	44.4%	31.3%	41.7%	44.1%	27.9%	32.3%	37.7%	35.9%
LO CONZCOO MUY BIEN	7.4%	16.9%	16.3%	5.1%	6.3%	17.3%	3.3%	6.1%	9.3%	8.7%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									
	12-16			16-18			19-24			25-30
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>ASESINATO ZAPATA</b>										
NO SE NADA	59.9%	22.7%	19.1%	59.0%	18.0%	26.0%	55.3%	21.0%	20.1%	40.8%
RECUERDO ALGO	49.3%	60.3%	65.5%	53.0%	58.1%	50.0%	55.9%	65.0%	58.4%	43.3%
LO CONOZCO MUY BIEN	10.6%	17.0%	14.2%	6.6%	23.3%	24.0%	6.8%	14.0%	21.5%	10.4%
<b>GUERRA CRISTERA</b>										
NO SE NADA	60.4%	69.5%	59.2%	75.7%	59.1%	44.2%	68.1%	61.5%	45.0%	62.0%
RECUERDO ALGO	17.0%	20.2%	35.2%	20.0%	34.1%	42.2%	29.0%	30.8%	47.0%	31.1%
LO CONOZCO MUY BIEN	1.7%	4.3%	5.0%	3.3%	6.2%	13.0%	2.0%	7.7%	10.1%	6.2%
<b>FUNDACION BCO. DE MEX</b>										
NO SE NADA	61.5%	70.9%	61.5%	71.5%	55.0%	62.5%	72.0%	61.5%	61.1%	73.7%
RECUERDO ALGO	17.1%	26.2%	35.8%	26.0%	34.9%	33.8%	25.0%	31.5%	28.9%	22.8%
LO CONOZCO MUY BIEN	1.4%	2.8%	4.9%	2.4%	9.3%	3.9%	3.0%	7.0%	9.4%	3.5%
<b>MOV. ANTIRRELECCIONISTA</b>										
NO SE NADA	80.4%	70.2%	71.1%	79.2%	72.9%	66.9%	77.2%	72.7%	69.6%	70.6%
RECUERDO ALGO	15.0%	23.4%	23.2%	17.4%	24.8%	28.6%	19.4%	22.4%	23.0%	19.7%
LO CONOZCO MUY BIEN	4.3%	6.4%	5.0%	3.5%	2.3%	4.5%	3.4%	4.9%	7.4%	3.5%
<b>MAXIMATO</b>										
NO SE NADA	70.5%	63.0%	57.7%	64.5%	51.0%	57.1%	64.1%	55.9%	53.7%	70.2%
RECUERDO ALGO	21.3%	29.0%	31.7%	23.5%	41.9%	34.4%	31.9%	36.4%	34.2%	22.8%
LO CONOZCO MUY BIEN	5.1%	6.4%	10.0%	7.0%	7.0%	8.4%	4.1%	7.7%	12.1%	6.9%
<b>PLAN IRRIGACION NAL</b>										
NO SE NADA	62.5%	78.0%	71.5%	81.0%	65.1%	70.8%	82.0%	67.0%	66.2%	80.9%
RECUERDO ALGO	10.1%	19.7%	21.8%	17.1%	30.2%	20.0%	16.6%	27.3%	23.0%	16.3%
LO CONOZCO MUY BIEN	1.4%	2.1%	6.3%	1.0%	4.7%	3.2%	1.4%	4.9%	10.1%	2.8%
<b>REDACC AKI 3</b>										
NO SE NADA	50.2%	47.0%	37.5%	49.0%	51.2%	37.7%	51.4%	53.1%	37.6%	54.9%
RECUERDO ALGO	30.3%	44.0%	59.4%	43.9%	39.5%	42.2%	33.5%	36.5%	46.5%	34.0%
LO CONOZCO MUY BIEN	10.0%	6.5%	25.2%	10.1%	9.3%	20.1%	15.1%	6.4%	15.1%	11.1%
<b>FOND-CTM</b>										
NO SE NADA	61.4%	58.9%	48.0%	62.2%	48.0%	50.6%	62.5%	52.4%	42.5%	60.9%
RECUERDO ALGO	25.5%	35.5%	44.4%	33.3%	41.1%	36.4%	35.4%	39.2%	41.0%	32.5%
LO CONOZCO MUY BIEN	5.2%	5.7%	7.0%	4.5%	10.1%	13.0%	2.1%	8.4%	16.1%	6.6%

(CONTINUED)

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	EDAD									
	25-30			31-45			46-MAS			TOTAL
	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3		
<b>ASESINATO ZAPATA</b>										
NO SE NADA	20.8%	21.0%	35.8%	27.5%	27.2%	41.8%	25.2%	18.8%	30.9%	
RECUERDO ALGO	55.2%	48.0%	52.8%	55.0%	46.9%	44.0%	45.6%	51.5%	52.1%	
LO CONOZCO MUY BIEN	19.5%	29.0%	11.4%	19.5%	25.9%	14.2%	29.3%	29.7%	16.5%	
<b>GUERRA CRISTERA</b>										
NO SE NADA	52.5%	55.9%	56.3%	49.1%	30.1%	54.3%	42.2%	20.1%	57.0%	
RECUERDO ALGO	30.1%	34.2%	38.5%	42.5%	51.7%	35.4%	36.7%	44.2%	34.1%	
LO CONOZCO MUY BIEN	7.4%	7.9%	5.4%	8.1%	11.5%	10.4%	21.1%	29.7%	8.3%	
<b>FUNDACION BCO. DE MEX</b>										
NO SE NADA	64.0%	59.9%	73.1%	65.1%	65.1%	71.8%	49.7%	56.4%	67.5%	
RECUERDO ALGO	28.8%	31.7%	23.4%	25.8%	28.1%	25.9%	40.1%	30.5%	27.1%	
LO CONOZCO MUY BIEN	7.2%	8.5%	3.5%	8.1%	8.8%	4.5%	10.2%	13.3%	5.3%	
<b>MOV. ANTIRRELECCIONISTA</b>										
NO SE NADA	71.2%	60.2%	82.6%	70.5%	70.7%	76.9%	65.5%	65.5%	74.0%	
RECUERDO ALGO	25.2%	25.4%	13.9%	24.2%	25.2%	16.0%	27.9%	21.8%	20.7%	
LO CONOZCO MUY BIEN	3.6%	6.5%	3.5%	5.4%	4.1%	7.1%	6.8%	12.7%	5.3%	
<b>MAXIMATO</b>										
NO SE NADA	66.4%	59.2%	68.9%	63.1%	55.0%	72.2%	51.7%	50.3%	62.9%	
RECUERDO ALGO	30.2%	33.1%	25.7%	28.2%	34.0%	19.8%	35.4%	35.2%	29.5%	
LO CONOZCO MUY BIEN	7.4%	7.7%	5.4%	8.7%	10.2%	8.2%	12.9%	14.5%	7.7%	
<b>PLAN IRRIGACION NAL</b>										
NO SE NADA	15.5%	73.2%	80.1%	71.8%	72.1%	77.6%	61.2%	64.8%	75.5%	
RECUERDO ALGO	25.7%	22.5%	17.4%	21.8%	21.1%	17.4%	28.8%	21.8%	25.4%	
LO CONOZCO MUY BIEN	1.1%	4.2%	2.5%	5.4%	6.8%	5.0%	10.2%	13.3%	4.2%	
<b>REDACC ART 3</b>										
NO SE NADA	57.1%	30.6%	51.3%	52.3%	36.5%	59.8%	50.5%	38.8%	48.7%	
RECUERDO ALGO	37.4%	45.0%	42.4%	35.6%	43.6%	31.7%	35.5%	42.4%	39.3%	
LO CONOZCO MUY BIEN	7.9%	17.0%	6.5%	12.1%	19.9%	8.5%	10.2%	18.8%	12.0%	
<b>FUND. CTM</b>										
NO SE NADA	45.6%	47.2%	54.4%	55.0%	37.4%	64.4%	42.2%	32.7%	54.4%	
RECUERDO ALGO	40.3%	38.0%	40.5%	36.2%	46.5%	27.4%	45.8%	48.5%	36.9%	
LO CONOZCO MUY BIEN	10.1%	14.8%	5.1%	8.7%	15.5%	8.2%	17.0%	18.8%	8.7%	

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>ASESINATO OBREGON</b>							
N. DE NADA	51.7%	39.1%	29.7%	59.5%	44.7%	31.0%	45.9%
RECUERDO ALGO	36.0%	41.7%	49.1%	32.1%	41.4%	51.8%	40.5%
EL CONOCZO MUY BIEN	11.0%	19.0%	29.5%	9.5%	13.9%	17.2%	13.6%
<b>CREACION ART 27 REF. AGRA</b>							
N. DE NADA	51.9%	46.5%	55.0%	61.1%	52.9%	47.7%	50.6%
RECUERDO ALGO	36.7%	33.5%	45.2%	32.5%	37.7%	43.5%	37.9%
EL CONOCZO MUY BIEN	11.4%	19.4%	19.2%	7.4%	7.4%	11.7%	11.5%
<b>PLAN AGUA PRIETA</b>							
N. DE NADA	57.0%	49.4%	50.5%	74.1%	54.2%	51.2%	60.1%
RECUERDO ALGO	36.0%	38.3%	34.9%	22.5%	36.4%	41.0%	31.7%
EL CONOCZO MUY BIEN	7.4%	12.5%	14.5%	3.4%	9.4%	7.9%	8.1%
<b>EXPROP. PETROLERA</b>							
N. DE NADA	29.2%	19.8%	18.6%	30.9%	23.3%	15.9%	25.7%
RECUERDO ALGO	47.5%	43.7%	39.8%	45.0%	51.0%	46.8%	46.0%
EL CONOCZO MUY BIEN	23.3%	36.5%	40.0%	17.6%	25.7%	37.3%	28.3%
<b>CREACION DE LA SEP</b>							
N. DE NADA	57.4%	40.0%	38.2%	62.3%	46.8%	43.4%	51.5%
RECUERDO ALGO	36.6%	42.7%	42.2%	30.8%	40.7%	42.2%	37.0%
EL CONOCZO MUY BIEN	7.0%	16.7%	19.7%	7.1%	10.5%	14.4%	11.6%
<b>FUSILAM FELIPE ANGELES</b>							
N. DE NADA	70.9%	60.9%	58.9%	83.0%	60.6%	63.8%	71.4%
RECUERDO ALGO	16.1%	30.0%	28.9%	14.5%	23.1%	27.5%	21.6%
EL CONOCZO MUY BIEN	5.0%	8.5%	10.2%	2.5%	8.3%	8.7%	7.0%
<b>MUERTE CARRANZA</b>							
N. DE NADA	55.0%	39.5%	37.5%	62.2%	35.6%	31.4%	47.2%
RECUERDO ALGO	37.5%	40.7%	40.5%	32.7%	45.4%	47.0%	38.5%
EL CONOCZO MUY BIEN	7.9%	19.8%	27.2%	5.1%	18.1%	21.6%	14.5%
<b>RENUNCIA PASC. ORTIZ RUBIO</b>							
N. DE NADA	74.3%	63.0%	58.5%	80.7%	55.1%	59.0%	69.5%
RECUERDO ALGO	21.1%	29.3%	29.7%	17.5%	28.5%	31.2%	24.3%
EL CONOCZO MUY BIEN	4.0%	7.7%	11.7%	2.3%	0.3%	9.8%	6.1%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>ASESINATO OBREGON</b>										
NO SE NADA	45.7%	27.7%	25.5%	34.4%	41.0%	25.3%	60.6%	56.4%	40.2%	45.9%
RECUERDO ALGO	41.1%	46.8%	52.1%	36.9%	41.7%	47.5%	29.7%	35.7%	46.5%	40.5%
LO CONOZCO MUY BIEN	13.1%	24.2%	22.5%	8.7%	17.3%	27.2%	9.7%	7.9%	13.7%	13.6%
<b>CREACION ART 27 REF. AGRA</b>										
NO SE NADA	47.4%	39.3%	30.8%	56.4%	51.0%	39.8%	64.3%	57.9%	49.5%	50.0%
RECUERDO ALGO	38.9%	42.2%	50.0%	33.9%	30.5%	41.7%	30.9%	35.7%	42.3%	37.9%
LO CONOZCO MUY BIEN	13.6%	18.6%	19.4%	9.7%	12.5%	18.5%	4.9%	6.4%	8.1%	11.5%
<b>PLAN AGUA PRIETA</b>										
NO SE NADA	61.8%	41.5%	43.6%	68.8%	51.9%	53.4%	74.8%	62.1%	54.1%	60.1%
RECUERDO ALGO	31.3%	42.6%	42.7%	28.4%	37.2%	31.8%	21.9%	32.5%	40.7%	31.9%
LO CONOZCO MUY BIEN	6.9%	16.4%	13.5%	3.8%	10.9%	14.8%	3.5%	5.4%	4.0%	8.1%
<b>EXPROP. PETROLERA</b>										
NO SE NADA	28.0%	9.4%	10.1%	36.6%	21.2%	14.5%	41.0%	35.6%	19.2%	25.7%
RECUERDO ALGO	46.1%	47.7%	58.0%	47.0%	40.3%	43.5%	45.8%	48.9%	47.0%	46.0%
LO CONOZCO MUY BIEN	27.1%	43.0%	31.1%	21.5%	32.4%	42.0%	12.4%	17.5%	33.2%	28.3%
<b>CREACION DE LA SEP</b>										
NO SE NADA	51.4%	37.5%	30.2%	58.7%	41.5%	42.5%	69.3%	50.1%	48.9%	51.5%
RECUERDO ALGO	37.3%	43.4%	40.3%	33.3%	44.9%	38.9%	25.0%	36.4%	42.0%	37.0%
LO CONOZCO MUY BIEN	11.3%	19.1%	23.5%	8.0%	13.6%	18.8%	4.9%	7.5%	9.1%	11.0%
<b>FUSILAM FELIPE ANGELLES</b>										
NO SE NADA	75.8%	48.0%	55.6%	79.0%	61.9%	59.9%	85.3%	74.0%	65.3%	71.4%
RECUERDO ALGO	10.4%	31.0%	32.1%	17.1%	28.2%	24.7%	12.7%	20.0%	25.7%	21.6%
LO CONOZCO MUY BIEN	8.8%	16.8%	12.3%	3.2%	9.9%	15.4%	2.0%	5.4%	8.0%	7.0%
<b>MUERTE CARRANZA</b>										
NO SE NADA	51.2%	27.5%	20.5%	57.0%	37.0%	31.9%	70.5%	50.1%	37.5%	47.2%
RECUERDO ALGO	36.9%	44.1%	44.6%	37.1%	42.0%	40.4%	23.1%	40.7%	46.4%	38.3%
LO CONOZCO MUY BIEN	9.9%	28.5%	28.7%	6.1%	20.8%	28.7%	4.3%	8.6%	15.0%	14.5%
<b>RENUNCIA PASC.ORTIZ RUBIO</b>										
NO SE NADA	69.0%	50.2%	50.0%	77.5%	60.5%	59.4%	83.0%	73.9%	65.8%	69.5%
RECUERDO ALGO	20.9%	35.0%	30.9%	18.8%	30.4%	20.9%	12.0%	24.5%	28.7%	24.3%
LO CONOZCO MUY BIEN	4.4%	9.8%	19.1%	3.9%	9.3%	13.0%	2.0%	1.6%	5.5%	6.1%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD											
	12-16			17-18			19-24			25-30		
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3
<b>ASESINATO OBREGON</b>												
NO SE NADA	39.5%	46.4%	38.0%	56.1%	43.4%	34.4%	54.4%	37.8%	32.2%	55.1%	32.5%	32.5%
RECUERDO ALGO	32.0%	43.2%	40.5%	34.2%	39.3%	44.0%	34.8%	49.1%	50.3%	17.4%	32.5%	32.5%
LO CONZCOO MUY BIEN	8.5%	11.5%	15.5%	7.0%	17.1%	20.8%	10.8%	12.6%	17.4%	27.4%	9.5%	9.5%
<b>CREACION ART 27 REF. AGRA</b>												
NO SE NADA	61.3%	48.9%	44.4%	56.9%	44.2%	36.4%	52.8%	51.7%	41.6%	55.4%	34.9%	34.9%
RECUERDO ALGO	30.3%	37.0%	42.5%	41.5%	42.0%	49.4%	34.9%	38.3%	44.3%	34.9%	34.9%	34.9%
LO CONZCOO MUY BIEN	8.5%	13.5%	13.4%	7.7%	13.2%	14.3%	11.5%	9.8%	14.1%	9.7%	9.7%	9.7%
<b>PLAN AGUA PRIETA</b>												
NO SE NADA	72.0%	56.2%	37.7%	66.1%	50.4%	32.0%	70.5%	58.0%	51.0%	70.1%	29.0%	29.0%
RECUERDO ALGO	22.5%	34.0%	35.2%	27.1%	41.4%	40.9%	25.4%	32.9%	38.3%	25.0%	44.9%	44.9%
LO CONZCOO MUY BIEN	4.9%	7.0%	7.0%	6.9%	7.8%	6.5%	4.1%	9.1%	10.7%	4.9%	4.9%	4.9%
<b>EXPROP. PETROLERA</b>												
NO SE NADA	55.1%	18.4%	13.4%	28.0%	16.3%	11.7%	27.4%	23.1%	17.4%	50.2%	30.2%	30.2%
RECUERDO ALGO	41.1%	48.2%	40.5%	49.3%	48.1%	40.9%	52.7%	53.1%	46.3%	49.3%	49.3%	49.3%
LO CONZCOO MUY BIEN	23.9%	33.3%	43.8%	21.9%	33.7%	47.4%	19.9%	23.8%	36.2%	20.5%	20.5%	20.5%
<b>CREACION DE LA SEP</b>												
NO SE NADA	63.5%	47.0%	37.5%	56.0%	36.4%	40.3%	51.4%	52.4%	40.5%	56.4%	33.3%	33.3%
RECUERDO ALGO	27.0%	43.3%	45.0%	34.7%	40.3%	48.7%	34.5%	39.2%	42.3%	33.3%	33.3%	33.3%
LO CONZCOO MUY BIEN	7.5%	9.2%	15.9%	7.5%	17.1%	11.0%	7.1%	8.4%	16.0%	6.3%	6.3%	6.3%
<b>FUSILAM FELIPE ANGELES</b>												
NO SE NADA	65.0%	71.0%	68.5%	65.1%	69.0%	68.8%	84.2%	69.9%	67.1%	70.2%	13.0%	13.0%
RECUERDO ALGO	12.7%	22.7%	21.1%	15.1%	23.0%	23.3%	13.5%	26.6%	21.5%	13.0%	13.0%	13.0%
LO CONZCOO MUY BIEN	1.8%	5.7%	10.0%	1.7%	5.4%	5.8%	2.4%	3.5%	11.4%	3.8%	3.8%	3.8%
<b>MUERTE CARRANZA</b>												
NO SE NADA	58.4%	40.4%	29.0%	59.2%	32.3%	32.5%	57.3%	42.7%	33.3%	60.6%	32.5%	32.5%
RECUERDO ALGO	34.3%	43.3%	44.4%	33.3%	43.0%	48.1%	37.7%	44.3%	40.3%	32.5%	32.5%	32.5%
LO CONZCOO MUY BIEN	7.0%	16.3%	26.1%	5.5%	22.5%	19.5%	4.7%	12.0%	20.1%	6.9%	6.9%	6.9%
<b>RENUNCIA PASC. ORTIZ RUBIO</b>												
NO SE NADA	61.1%	77.3%	66.5%	75.2%	68.2%	61.7%	60.8%	57.1%	61.1%	75.2%	18.3%	18.3%
RECUERDO ALGO	16.0%	15.1%	26.0%	19.4%	27.9%	33.8%	18.5%	30.1%	30.2%	18.3%	18.3%	18.3%
LO CONZCOO MUY BIEN	2.1%	3.2%	6.5%	1.4%	3.9%	4.5%	0.7%	2.8%	8.7%	3.5%	3.5%	3.5%

(CONTINUED)

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									TOTAL
	20-30			31-40			40-MAS			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>ASESINATO OBREGON</b>										
NO SE NADA	40.9%	29.1%	51.7%	47.0%	29.3%	52.5%	35.4%	20.0%	45.9%	
RECUERDO ALGO	33.1%	52.5%	41.3%	40.5%	47.0%	34.5%	38.8%	47.9%	40.5%	
LO CONZCOO MUY BIEN	18.0%	18.4%	6.9%	12.8%	21.0%	15.2%	25.9%	31.5%	13.6%	
<b>CREACION ART 27 REF. AGRA</b>										
NO SE NADA	50.4%	37.3%	54.5%	53.8%	44.5%	62.0%	50.3%	38.2%	50.6%	
RECUERDO ALGO	37.4%	30.6%	36.2%	30.7%	38.0%	26.5%	33.4%	41.6%	37.9%	
LO CONZCOO MUY BIEN	12.2%	12.7%	9.0%	10.1%	10.5%	8.5%	14.3%	20.0%	11.5%	
<b>PLAN AGUA PRIETA</b>										
NO SE NADA	58.5%	35.9%	65.0%	47.0%	45.0%	67.1%	40.8%	46.1%	60.1%	
RECUERDO ALGO	30.5%	34.5%	31.3%	40.9%	45.5%	24.0%	42.9%	35.5%	31.5%	
LO CONZCOO MUY BIEN	10.6%	11.3%	5.1%	12.1%	10.9%	8.2%	16.3%	18.2%	8.1%	
<b>EXPROP. PETROLERA</b>										
NO SE NADA	28.0%	17.0%	40.0%	24.2%	17.0%	37.4%	19.0%	12.1%	25.7%	
RECUERDO ALGO	45.9%	45.0%	43.3%	50.3%	42.9%	45.2%	41.2%	44.2%	46.0%	
LO CONZCOO MUY BIEN	27.3%	36.6%	10.5%	25.5%	40.1%	19.4%	39.8%	43.0%	28.3%	
<b>CREACION DE LA SEP</b>										
NO SE NADA	41.7%	48.0%	60.8%	49.1%	43.5%	60.7%	42.2%	35.8%	51.5%	
RECUERDO ALGO	43.9%	38.7%	31.3%	37.0%	37.7%	27.3%	40.1%	40.0%	37.0%	
LO CONZCOO MUY BIEN	14.4%	12.7%	7.9%	13.4%	19.0%	10.0%	17.7%	24.2%	11.6%	
<b>FUSILAN FELIPE ANGELES</b>										
NO SE NADA	69.0%	56.3%	75.8%	61.7%	54.4%	71.9%	47.7%	49.1%	71.4%	
RECUERDO ALGO	19.7%	34.3%	19.3%	28.8%	30.8%	20.0%	37.4%	30.3%	21.0%	
LO CONZCOO MUY BIEN	10.0%	9.2%	5.1%	11.4%	15.0%	7.5%	12.9%	20.6%	7.3%	
<b>MUERTE CARRANZA</b>										
NO SE NADA	40.0%	35.1%	57.7%	45.0%	34.7%	60.9%	28.5%	27.3%	47.2%	
RECUERDO ALGO	38.8%	45.8%	33.2%	38.7%	40.0%	27.0%	42.9%	38.8%	36.3%	
LO CONZCOO MUY BIEN	19.1%	20.4%	8.9%	10.1%	24.5%	11.4%	30.0%	33.9%	14.5%	
<b>RENUNCIA PASC.ORTIZ RUBIO</b>										
NO SE NADA	70.5%	62.4%	75.8%	60.4%	56.5%	70.7%	42.9%	46.1%	69.5%	
RECUERDO ALGO	24.5%	28.4%	19.0%	20.5%	34.0%	21.1%	40.1%	29.7%	24.5%	
LO CONZCOO MUY BIEN	5.1%	9.2%	4.7%	8.1%	9.5%	8.2%	17.0%	24.2%	6.1%	



ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUSEJES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>MOV. MURALISTA</b>							
NO SE NADA	14.5%	66.5%	65.7%	61.2%	66.0%	65.0%	71.9%
RECUERDO ALGO	21.0%	29.7%	27.9%	18.4%	20.1%	21.0%	22.6%
EL CONOCZO MUY BIEN	4.5%	6.0%	6.4%	2.0%	3.9%	3.1%	5.5%
<b>REBELION ESCOBARISTA</b>							
NO SE NADA	79.4%	72.2%	67.4%	54.4%	73.2%	70.1%	77.4%
RECUERDO ALGO	17.9%	21.1%	23.8%	15.7%	21.7%	19.5%	16.6%
EL CONOCZO MUY BIEN	3.0%	6.7%	6.8%	1.7%	4.1%	4.0%	4.0%
<b>LA LEY FED DEL TRABAJO</b>							
NO SE NADA	55.0%	45.2%	41.2%	66.2%	44.0%	46.4%	51.8%
RECUERDO ALGO	36.0%	42.7%	42.8%	33.3%	40.7%	40.7%	38.1%
EL CONOCZO MUY BIEN	9.5%	12.1%	16.0%	0.5%	15.2%	12.9%	10.1%
<b>REDACCION ART 123</b>							
NO SE NADA	40.1%	51.6%	47.4%	50.2%	43.1%	37.7%	41.7%
RECUERDO ALGO	43.2%	42.0%	49.9%	39.5%	40.5%	40.0%	43.0%
EL CONOCZO MUY BIEN	13.7%	14.0%	22.7%	10.3%	16.6%	18.3%	15.3%
<b>FIN EPOCA DE LOS CAUDILLOS</b>							
NO SE NADA	66.9%	40.6%	47.8%	76.4%	59.7%	57.6%	60.3%
RECUERDO ALGO	29.1%	58.0%	36.4%	23.2%	34.2%	35.5%	31.1%
EL CONOCZO MUY BIEN	3.0%	11.4%	15.8%	4.4%	6.1%	7.0%	8.1%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	ALTO			NIVEL			BAJO			TOTAL
	MED			MED			MED			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>NOV. MORALISTA</b>										
NO SE NADA	09.16	27.0%	55.2%	79.0%	66.7%	62.2%	64.7%	76.4%	74.0%	71.9%
RECUERDO ALGO	23.0%	32.0%	32.4%	18.0%	14.1%	13.7%	15.0%	21.4%	22.1%	22.0%
LO CONZCOO MUY BIEN	3.3%	7.0%	9.3%	3.2%	3.7%	12.1%	1.8%	2.1%	3.3%	5.5%
<b>REBELION ESCOBARISTA</b>										
NO SE NADA	75.4%	70.3%	69.4%	61.1%	76.0%	71.3%	65.5%	60.4%	74.9%	77.4%
RECUERDO ALGO	17.3%	23.0%	23.3%	14.7%	21.0%	21.0%	11.8%	17.9%	21.5%	18.0%
LO CONZCOO MUY BIEN	3.7%	6.0%	5.8%	2.1%	7.0%	7.1%	1.7%	1.3%	3.3%	4.0%
<b>LA LEY FED DEL TRABAJO</b>										
NO SE NADA	46.6%	39.0%	36.8%	17.7%	44.2%	41.1%	66.9%	57.9%	51.0%	51.8%
RECUERDO ALGO	42.7%	44.0%	43.7%	34.1%	41.0%	43.7%	27.5%	25.7%	37.1%	38.1%
LO CONZCOO MUY BIEN	10.7%	15.0%	17.5%	6.1%	11.2%	14.7%	3.7%	6.4%	11.1%	10.1%
<b>REDACCION ART 123</b>										
NO SE NADA	38.0%	25.0%	22.1%	43.9%	72.3%	52.1%	33.6%	32.5%	42.3%	41.7%
RECUERDO ALGO	43.0%	43.0%	54.7%	41.0%	31.0%	43.7%	31.1%	37.5%	44.0%	43.0%
LO CONZCOO MUY BIEN	18.4%	29.0%	22.4%	13.1%	10.7%	22.2%	6.7%	10.0%	13.1%	13.3%
<b>FIN EPOCA DE LOS CAUDILLOS</b>										
NO SE NADA	30.2%	41.0%	47.0%	61.4%	53.0%	49.1%	70.0%	33.0%	31.7%	30.3%
RECUERDO ALGO	31.5%	41.0%	42.2%	27.0%	32.1%	33.8%	22.1%	28.9%	31.5%	31.1%
LO CONZCOO MUY BIEN	7.0%	16.7%	10.8%	7.1%	12.2%	14.3%	1.8%	6.1%	6.2%	6.5%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									
	12-16			16-18			17-24			25-30
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>MOV. MURALISTA</b>										
NO SE NADA	34.3%	33.1%	33.1%	31.0%	70.3%	69.1%	77.5%	72.7%	65.1%	70.4%
RECUERDO ALGO	13.3%	27.0%	29.3%	16.0%	26.4%	20.3%	13.9%	26.0%	26.8%	20.1%
LO CONZECO MUY BIEN	5.1%	5.0%	2.1%	2.4%	3.1%	4.3%	1.7%	.7%	8.1%	4.5%
<b>REBELION ESCOBARISTA</b>										
NO SE NADA	39.3%	31.0%	77.3%	33.0%	74.4%	72.7%	33.4%	76.9%	73.0%	70.8%
RECUERDO ALGO	9.6%	17.3%	21.0%	13.1%	22.3%	24.7%	14.2%	18.2%	21.1%	20.1%
LO CONZECO MUY BIEN	.7%	1.4%	.7%	1.8%	3.1%	2.6%	2.4%	4.9%	.1%	3.1%
<b>LA LEY FED DEL TRABAJO</b>										
NO SE NADA	68.0%	54.0%	54.0%	56.3%	40.3%	41.0%	52.5%	46.9%	41.9%	56.1%
RECUERDO ALGO	29.2%	36.9%	34.3%	36.3%	53.1%	48.1%	41.4%	38.5%	42.0%	33.6%
LO CONZECO MUY BIEN	2.8%	9.3%	10.0%	7.3%	6.2%	10.4%	6.1%	14.7%	15.3%	10.4%
<b>REDACCION ARI 123</b>										
NO SE NADA	49.3%	43.7%	36.3%	44.2%	33.1%	23.4%	40.0%	46.9%	34.9%	45.0%
RECUERDO ALGO	41.2%	33.7%	44.4%	44.2%	47.3%	59.7%	40.0%	37.1%	43.0%	41.9%
LO CONZECO MUY BIEN	9.5%	16.0%	19.3%	11.3%	17.1%	16.9%	13.2%	16.1%	19.3%	13.1%
<b>FIN EPOCA DE LOS CAUDILLOS</b>										
NO SE NADA	71.2%	57.4%	33.3%	67.2%	53.3%	58.4%	63.4%	61.5%	62.4%	63.1%
RECUERDO ALGO	24.7%	38.2%	39.4%	21.2%	37.2%	33.7%	33.8%	29.4%	29.3%	26.0%
LO CONZECO MUY BIEN	3.9%	4.4%	7.0%	11.6%	9.3%	5.3%	3.7%	9.1%	8.1%	6.3%

(CONTINUED)

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	EDAD									TOTAL
	20-30			31-40			46-MAS			
	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3		
<b>MOV. MURALISTA</b>										
NO SE NADA	09.0%	09.9%	15.0%	07.1%	09.4%	73.0%	55.0%	55.2%	71.9%	
RECUERDO ALGO	22.3%	32.4%	21.5%	21.5%	20.4%	20.8%	32.0%	29.1%	22.8%	
LO CONZCOO MUY BIEN	7.9%	1.7%	3.5%	11.4%	10.2%	6.4%	12.2%	15.8%	5.5%	
<b>REBELION ESCOBARISTA</b>										
NO SE NADA	77.7%	74.6%	61.4%	69.8%	67.3%	75.1%	60.3%	66.7%	77.4%	
RECUERDO ALGO	18.0%	21.1%	15.1%	22.8%	20.3%	19.9%	20.5%	21.6%	16.8%	
LO CONZCOO MUY BIEN	4.0%	4.2%	3.5%	7.4%	6.1%	5.0%	10.2%	11.5%	4.0%	
<b>LA LEY FEU DEL TRABAJO</b>										
NO SE NADA	47.3%	44.4%	58.3%	48.3%	42.2%	50.8%	45.6%	40.0%	51.3%	
RECUERDO ALGO	41.7%	43.0%	33.2%	40.3%	41.5%	33.0%	40.1%	40.0%	38.1%	
LO CONZCOO MUY BIEN	10.8%	12.7%	8.2%	11.4%	10.3%	7.0%	14.3%	20.0%	10.1%	
<b>REDACCION ART 123</b>										
NO SE NADA	40.3%	30.0%	43.3%	38.9%	34.0%	52.7%	36.1%	32.1%	41.7%	
RECUERDO ALGO	42.4%	48.6%	45.5%	43.0%	43.5%	34.2%	42.9%	44.8%	43.0%	
LO CONZCOO MUY BIEN	17.3%	14.8%	11.1%	17.4%	22.4%	13.2%	21.1%	23.0%	15.3%	
<b>FIN EPOCA DE LOS CAUDILLOS</b>										
NO SE NADA	35.1%	48.0%	69.0%	33.7%	34.4%	62.9%	43.6%	41.8%	60.3%	
RECUERDO ALGO	31.7%	43.0%	25.3%	31.5%	32.7%	27.1%	33.1%	38.2%	31.1%	
LO CONZCOO MUY BIEN	12.2%	8.5%	5.4%	14.8%	12.9%	10.0%	16.3%	20.0%	8.5%	

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>REBELION DE LA HUERTISTA</b>							
NO SE NADA	67.1%	54.0%	47.5%	75.5%	64.5%	59.7%	63.6%
RECUERDO ALGO	20.0%	35.2%	37.7%	23.5%	24.8%	30.8%	29.1%
LO CONOZCO MUY BIEN	8.9%	10.8%	14.8%	5.3%	7.0%	6.0%	7.3%
<b>FORMACION PNR</b>							
NO SE NADA	50.6%	47.5%	41.0%	65.6%	51.4%	45.5%	53.3%
RECUERDO ALGO	32.7%	38.0%	38.6%	31.3%	39.0%	43.2%	35.9%
LO CONOZCO MUY BIEN	16.6%	14.7%	20.4%	5.1%	9.6%	11.4%	10.8%
<b>FUNDACION XEW</b>							
NO SE NADA	61.2%	54.2%	51.5%	65.0%	54.0%	54.2%	58.3%
RECUERDO ALGO	30.3%	39.9%	36.5%	32.1%	37.9%	35.6%	33.6%
LO CONOZCO MUY BIEN	8.5%	11.8%	12.4%	3.0%	8.1%	10.2%	8.1%
<b>FIN DEL MAXIMATO</b>							
NO SE NADA	67.1%	57.6%	56.7%	76.2%	60.7%	60.4%	66.2%
RECUERDO ALGO	25.0%	32.4%	30.7%	19.8%	25.9%	33.5%	26.4%
LO CONOZCO MUY BIEN	7.9%	10.0%	12.6%	5.9%	7.4%	6.1%	7.4%
<b>PLAN CONTRUCCION CARRETERAS</b>							
NO SE NADA	75.1%	61.7%	65.0%	75.7%	68.8%	65.0%	69.6%
RECUERDO ALGO	22.4%	31.4%	30.4%	21.3%	26.1%	29.7%	25.6%
LO CONOZCO MUY BIEN	4.5%	6.9%	6.6%	3.0%	5.0%	5.3%	4.8%

ANÁLISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTÓRICOS DE LA REVOLUCIÓN

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>REBELION DE LA HUERTISTA</b>										
NO SE NADA	66.9%	45.5%	47.2%	69.4%	62.0%	49.7%	60.4%	69.3%	64.2%	63.6%
RECUERDO ALGO	32.0%	41.0%	39.7%	24.9%	29.0%	37.3%	17.3%	23.7%	36.3%	27.1%
LO CONOZCO MUY BIEN	7.1%	13.7%	13.1%	5.8%	6.0%	13.0%	2.3%	5.0%	5.5%	7.3%
<b>FORMACION PRK</b>										
NO SE NADA	49.0%	40.6%	39.8%	60.0%	48.1%	38.0%	71.1%	59.3%	55.4%	53.3%
RECUERDO ALGO	39.8%	42.2%	43.3%	32.4%	38.6%	42.6%	24.2%	35.0%	37.5%	35.9%
LO CONOZCO MUY BIEN	11.2%	17.2%	20.9%	7.0%	13.1%	19.4%	4.7%	5.7%	7.2%	10.8%
<b>FUNDACION XEM</b>										
NO SE NADA	54.8%	44.9%	50.4%	67.9%	51.9%	51.5%	67.3%	65.0%	56.4%	56.3%
RECUERDO ALGO	37.0%	41.8%	37.3%	27.7%	37.5%	34.6%	27.3%	30.0%	30.2%	35.6%
LO CONOZCO MUY BIEN	8.2%	14.1%	12.3%	5.4%	10.6%	13.9%	5.5%	5.0%	7.2%	8.1%
<b>FIN DEL MAXIMATO</b>										
NO SE NADA	66.5%	51.6%	52.2%	71.6%	60.6%	57.7%	63.3%	74.6%	65.1%	66.2%
RECUERDO ALGO	30.0%	34.3%	35.1%	23.4%	30.1%	31.5%	14.0%	22.1%	30.3%	26.4%
LO CONOZCO MUY BIEN	9.5%	13.7%	12.7%	5.0%	9.2%	10.8%	2.7%	3.2%	4.6%	7.4%
<b>PLAN CONTRUCCION CARRETERAS</b>										
NO SE NADA	68.9%	56.6%	61.9%	74.9%	65.1%	61.4%	75.2%	72.5%	68.7%	69.6%
RECUERDO ALGO	25.6%	34.8%	32.1%	21.9%	28.2%	31.2%	18.3%	23.2%	27.0%	25.6%
LO CONOZCO MUY BIEN	5.5%	6.6%	6.0%	3.2%	6.7%	7.4%	2.5%	4.3%	4.2%	4.8%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									
	12-16			16-18			19-24			25-30
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>REBELION DE LA HUERTISTA</b>										
NO SE NADA	73.4%	62.4%	56.3%	70.0%	62.3%	59.1%	72.2%	60.8%	58.1%	71.0%
RECUERDO ALGO	21.7%	31.9%	34.5%	26.8%	31.3%	35.7%	25.4%	33.6%	35.1%	21.8%
LO CONOZCO MUY BIEN	4.9%	5.7%	9.2%	3.1%	6.2%	5.2%	2.4%	5.6%	6.8%	6.6%
<b>FORMACION PNR</b>										
NO SE NADA	54.9%	53.9%	52.1%	58.0%	49.0%	48.1%	60.4%	47.6%	45.6%	61.6%
RECUERDO ALGO	26.6%	34.0%	40.6%	33.7%	42.0%	39.0%	33.4%	45.5%	37.6%	29.8%
LO CONOZCO MUY BIEN	6.5%	12.1%	7.0%	8.3%	7.6%	13.0%	6.1%	7.0%	17.3%	8.7%
<b>FUNDACION XEW</b>										
NO SE NADA	72.0%	66.7%	63.4%	70.0%	66.5%	62.3%	68.0%	61.5%	55.0%	62.3%
RECUERDO ALGO	23.1%	26.2%	27.3%	24.0%	31.0%	32.5%	31.3%	31.5%	34.9%	31.8%
LO CONOZCO MUY BIEN	4.9%	7.1%	9.2%	4.5%	7.8%	5.2%	2.7%	7.0%	10.1%	5.9%
<b>FIN DEL MAXIMATO</b>										
NO SE NADA	70.6%	69.5%	63.4%	69.7%	55.8%	54.5%	73.5%	62.9%	60.4%	70.5%
RECUERDO ALGO	18.6%	24.8%	31.7%	23.7%	37.2%	40.3%	23.5%	30.8%	30.2%	26.8%
LO CONOZCO MUY BIEN	2.8%	5.7%	4.9%	6.6%	7.0%	5.2%	3.1%	6.3%	9.4%	3.7%
<b>PLAN CONTRUCCION GARRETERAS</b>										
NO SE NADA	76.0%	73.6%	66.9%	77.0%	56.9%	66.2%	77.3%	72.7%	67.8%	74.0%
RECUERDO ALGO	19.5%	22.0%	26.6%	19.4%	31.0%	30.5%	21.7%	25.2%	24.8%	20.4%
LO CONOZCO MUY BIEN	2.1%	4.5%	6.3%	2.8%	9.3%	3.2%	1.0%	2.1%	7.4%	5.5%

(CONTINUED)

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE EL CONOCIMIENTO  
DE ALGUNOS HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									TOTAL
	25-30			31-45			46-MAS			
	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3		
<b>REBELION DE LA HUERTISTA</b>										
NO SE NADA	59.7%	50.7%	69.7%	65.6%	51.7%	65.5%	40.3%	47.9%	63.6%	63.6%
RECUERDO ALGO	30.9%	40.2%	20.2%	25.5%	36.7%	25.5%	37.4%	32.1%	29.1%	29.1%
LO CONOZCO MUY BIEN	9.4%	9.2%	4.1%	8.7%	11.6%	9.3%	10.5%	20.0%	7.3%	7.3%
<b>FORMACION PNR</b>										
NO SE NADA	52.5%	40.8%	57.0%	53.7%	40.8%	60.1%	40.1%	33.3%	53.5%	53.5%
RECUERDO ALGO	36.7%	45.8%	35.8%	33.0%	38.1%	29.9%	39.5%	44.8%	35.9%	35.9%
LO CONOZCO MUY BIEN	10.8%	13.4%	7.5%	12.8%	21.1%	10.0%	20.4%	21.8%	10.8%	10.8%
<b>FUNDACION XEM</b>										
NO SE NADA	52.5%	56.3%	55.2%	52.3%	46.9%	53.4%	32.7%	35.2%	56.3%	56.3%
RECUERDO ALGO	41.7%	32.4%	39.4%	39.6%	45.5%	30.3%	44.9%	43.6%	33.6%	33.6%
LO CONOZCO MUY BIEN	5.0%	11.3%	5.4%	8.1%	9.5%	10.3%	22.4%	21.2%	3.1%	3.1%
<b>FIN DEL MAXIMATO</b>										
NO SE NADA	67.6%	61.5%	70.6%	64.4%	59.9%	68.5%	54.4%	53.5%	66.2%	66.2%
RECUERDO ALGO	25.2%	30.5%	24.4%	26.2%	32.7%	22.0%	29.9%	27.9%	26.4%	26.4%
LO CONOZCO MUY BIEN	7.2%	8.5%	5.1%	9.4%	7.5%	9.0%	15.6%	18.6%	7.4%	7.4%
<b>PLAN CONTRUCCION CARRETERAS</b>										
NO SE NADA	72.7%	69.7%	74.1%	67.1%	61.2%	65.4%	46.3%	53.9%	69.6%	69.6%
RECUERDO ALGO	24.5%	26.8%	22.2%	26.8%	33.3%	27.5%	40.8%	37.0%	25.5%	25.5%
LO CONOZCO MUY BIEN	2.9%	3.5%	3.8%	6.0%	5.4%	7.1%	10.9%	9.1%	4.6%	4.6%



A P E N D I C E C

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION**

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>DESDE CONSTITUCION MEXICO ES MEJOR</b>							
TOTAL DESACUERDO	17.1%	15.4%	11.0%	18.5%	11.5%	12.1%	15.2%
REGULAR ACUERDO	23.8%	19.0%	19.0%	26.7%	21.4%	22.0%	23.4%
TOTAL ACUERDO	57.1%	65.6%	70.0%	54.6%	67.1%	66.0%	61.5%
<b>REVOLUCION CONTRUYO MAS QUE DESTRUYO</b>							
TOTAL DESACUERDO	18.7%	11.8%	14.0%	17.3%	12.6%	10.1%	14.7%
REGULAR ACUERDO	20.8%	19.5%	16.5%	22.9%	23.5%	20.1%	20.6%
TOTAL ACUERDO	62.5%	68.6%	68.5%	59.8%	60.9%	69.8%	64.8%
<b>REVOLUCION PERMITIO MEXICO JUSTO</b>							
TOTAL DESACUERDO	25.5%	19.0%	19.7%	16.9%	15.7%	15.3%	18.7%
REGULAR ACUERDO	23.2%	22.1%	20.4%	24.3%	22.4%	21.4%	22.7%
TOTAL ACUERDO	55.3%	58.9%	59.9%	51.8%	61.9%	63.3%	58.6%
<b>ES MEJOR DIALOGAR QUE PELEAR</b>							
TOTAL DESACUERDO	10.1%	7.5%	6.6%	5.8%	3.3%	7.8%	6.7%
REGULAR ACUERDO	15.5%	9.3%	7.5%	11.5%	9.0%	9.7%	10.6%
TOTAL ACUERDO	70.7%	83.3%	86.1%	78.9%	82.1%	82.5%	80.6%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>DESDE CONSTITUCION MEXICO ES MEJOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	17.0%	15.2%	11.5%	17.1%	11.9%	11.4%	17.5%	13.2%	11.4%	15.2%
REGULAR ACUERDO	24.5%	21.2%	21.5%	20.8%	18.5%	20.7%	20.1%	20.7%	19.5%	23.4%
TOTAL ACUERDO	58.6%	65.5%	68.4%	54.3%	69.2%	67.9%	54.5%	66.1%	69.1%	61.5%
<b>REVOLUCION CONTRUYO MAS QUE DESTRUYO</b>										
TOTAL DESACUERDO	15.4%	15.3%	15.3%	18.2%	10.5%	11.1%	15.0%	13.6%	11.7%	14.7%
REGULAR ACUERDO	21.2%	21.1%	15.7%	20.7%	19.6%	20.4%	22.9%	19.6%	11.2%	20.6%
TOTAL ACUERDO	61.4%	65.6%	69.0%	61.4%	70.2%	68.5%	60.0%	66.8%	70.0%	64.8%
<b>REVOLUCION PERMITIO MEXICO JUSTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	21.0%	20.5%	21.0%	20.2%	15.7%	12.5%	14.0%	16.1%	15.0%	18.7%
REGULAR ACUERDO	26.1%	28.5%	21.2%	22.1%	19.6%	20.4%	21.3%	19.6%	21.2%	22.7%
TOTAL ACUERDO	50.9%	51.2%	57.7%	57.7%	54.7%	61.1%	57.7%	64.3%	65.8%	58.6%
<b>ES MEJOR DIALOGAR QUE PELEAR</b>										
TOTAL DESACUERDO	12.1%	9.4%	8.6%	6.9%	6.1%	7.7%	10.8%	8.6%	5.5%	8.7%
REGULAR ACUERDO	15.3%	7.8%	7.1%	10.0%	6.0%	9.6%	10.6%	12.5%	8.5%	10.6%
TOTAL ACUERDO	42.6%	32.8%	34.5%	32.5%	25.9%	32.7%	25.4%	24.9%	25.7%	30.6%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION

	EDAD									
	12-16 MED			16-18 MED			19-24 MED		25-30 MED	
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>DESDE CONSTITUCION MEXICO ES MEJOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	17.0%	14.9%	14.2%	16.7%	12.4%	11.7%	19.0%	16.1%	10.1%	19.5%
REGULAR ACUERDO	25.7%	25.5%	19.9%	24.0%	21.7%	23.4%	33.0%	22.4%	26.2%	23.2%
TOTAL ACUERDO	51.5%	50.6%	66.8%	54.1%	65.9%	64.9%	46.0%	61.5%	63.6%	57.3%
<b>REVOLUCION CONTRUYO MAS QUE DESTRUYO</b>										
TOTAL DESACUERDO	20.8%	14.2%	15.5%	17.2%	17.1%	12.5%	17.0%	9.8%	12.8%	15.0%
REGULAR ACUERDO	25.6%	18.4%	17.1%	25.5%	23.6%	27.9%	24.7%	16.8%	27.1%	19.5%
TOTAL ACUERDO	56.5%	67.4%	65.8%	57.2%	59.1%	59.7%	58.5%	73.4%	63.1%	65.5%
<b>REVOLUCION PERMITIO MEXICO JUSTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	16.6%	12.9%	15.6%	22.7%	23.5%	15.8%	25.0%	16.1%	22.1%	21.8%
REGULAR ACUERDO	25.7%	22.7%	21.5%	21.5%	22.2%	26.0%	21.7%	21.7%	20.8%	24.9%
TOTAL ACUERDO	58.5%	64.5%	63.1%	57.2%	54.5%	59.7%	58.5%	62.2%	57.0%	53.2%
<b>ES MEJOR dialogar que PELEAR</b>										
TOTAL DESACUERDO	10.8%	10.6%	6.4%	10.7%	9.5%	14.4%	15.0%	7.0%	6.7%	10.3%
REGULAR ACUERDO	16.2%	7.8%	13.5%	9.0%	7.0%	9.2%	11.3%	10.5%	6.0%	10.3%
TOTAL ACUERDO	71.0%	81.3%	80.1%	80.3%	83.7%	76.5%	75.7%	82.5%	87.2%	79.5%

(CONTINUED)

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION

	EDAD									TOTAL
	25-30			31-45			46-60			
	MED.	MED.	MED.	MED.	MED.	MED.	MED.	MED.		
<b>DESDE CONSTITUCION MEXICO ES MEJOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	11.2%	12.7%	18.5%	14.1%	10.2%	16.0%	10.2%	10.8%	15.2%	
REGULAR ACUERDO	27.0%	23.9%	21.3%	20.1%	18.4%	23.8%	10.9%	12.7%	23.4%	
TOTAL ACUERDO	56.2%	53.4%	56.2%	55.6%	71.4%	58.4%	78.9%	76.5%	61.5%	
<b>REVOLUCION CONTRUYO MAS QUE DESTRUYO</b>										
TOTAL DESACUERDO	13.7%	9.2%	17.2%	11.4%	10.5%	14.9%	6.2%	14.5%	14.9%	
REGULAR ACUERDO	22.5%	16.9%	20.1%	20.8%	14.3%	20.8%	17.0%	12.7%	18.1%	
TOTAL ACUERDO	64.0%	73.9%	62.7%	67.3%	74.8%	64.4%	72.8%	72.9%	64.8%	
<b>REVOLUCION PERMITIO MEXICO JUSTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	19.4%	20.4%	14.7%	16.6%	17.0%	21.0%	13.6%	15.6%	16.7%	
REGULAR ACUERDO	20.9%	18.5%	23.1%	22.1%	19.7%	24.9%	23.8%	16.8%	22.7%	
TOTAL ACUERDO	59.7%	61.5%	60.5%	59.1%	63.3%	54.1%	62.6%	65.5%	58.6%	
<b>ES MEJOR DIALOGAR QUE PELEAR</b>										
TOTAL DESACUERDO	7.9%	7.0%	6.0%	8.1%	6.0%	6.5%	4.8%	2.4%	8.7%	
REGULAR ACUERDO	8.6%	9.2%	14.2%	16.1%	6.1%	18.7%	6.1%	7.8%	10.0%	
TOTAL ACUERDO	63.5%	63.3%	79.9%	75.3%	67.1%	82.3%	84.1%	89.8%	80.6%	

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION**

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>ES MEJOR ENTENDER QUE JUZGAR</b>							
DEBE DESACUERDO	4.6%	5.1%	5.5%	5.2%	4.6%	5.3%	4.9%
DEBE ACUERDO	15.1%	11.5%	6.0%	11.5%	10.2%	8.9%	10.9%
TOTAL ACUERDO	82.3%	87.6%	86.2%	83.3%	85.2%	85.8%	84.6%
<b>MEXICO SE PERMITE LA DIVERSIDAD DE OPINION</b>							
DEBE DESACUERDO	8.0%	13.6%	5.6%	6.3%	11.3%	4.3%	7.9%
DEBE ACUERDO	15.7%	10.7%	1.7%	12.4%	15.7%	11.6%	13.5%
TOTAL ACUERDO	78.3%	69.7%	91.7%	87.3%	73.0%	84.4%	76.7%
<b>CADA TIPOLA TIENE SU CRISIS</b>							
DEBE DESACUERDO	7.2%	7.7%	7.9%	7.2%	6.0%	5.1%	5.6%
DEBE ACUERDO	7.4%	6.9%	6.5%	7.8%	7.8%	7.6%	7.8%
TOTAL ACUERDO	85.4%	88.2%	88.7%	87.1%	87.1%	87.3%	86.5%
<b>MEXICO DEBA -CONSTRUYAMOS AHORA</b>							
DEBE DESACUERDO	6.6%	5.1%	5.9%	7.0%	5.9%	5.1%	6.9%
DEBE ACUERDO	11.2%	10.5%	6.4%	11.2%	9.4%	8.0%	9.9%
TOTAL ACUERDO	80.6%	84.3%	87.6%	81.2%	84.7%	86.9%	83.2%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>ES MEJOR ENTENDER QUE JUZGAR</b>										
TOTAL DESACUERDO	5.9%	1.0%	4.1%	5.9%	4.2%	5.2%	5.0%	5.7%	3.9%	4.5%
REGULAR ACUERDO	13.3%	9.0%	10.1%	11.1%	11.2%	8.0%	12.0%	11.8%	7.5%	10.9%
TOTAL ACUERDO	30.2%	29.5%	22.0%	23.0%	24.5%	20.7%	25.0%	22.5%	28.6%	24.6%
<b>MEXICO SE PERMITE LA DIVERSIDAD DE OPINION</b>										
TOTAL DESACUERDO	7.7%	14.1%	4.1%	7.0%	11.9%	5.2%	6.1%	11.4%	4.9%	7.8%
REGULAR ACUERDO	14.2%	20.7%	15.1%	14.5%	15.1%	11.4%	12.5%	15.4%	12.1%	13.5%
TOTAL ACUERDO	28.1%	35.2%	22.0%	23.1%	27.0%	23.3%	21.4%	27.2%	23.1%	28.7%
<b>CADA EPOCA TIENE SU CRISIS</b>										
TOTAL DESACUERDO	6.5%	2.7%	5.0%	7.2%	4.8%	5.9%	4.0%	7.1%	3.6%	5.6%
REGULAR ACUERDO	10.7%	4.3%	7.5%	8.1%	6.0%	4.7%	6.5%	9.0%	9.1%	7.8%
TOTAL ACUERDO	23.0%	9.0%	16.9%	14.1%	10.2%	6.4%	8.8%	13.2%	12.3%	10.5%
<b>MEXICO SERA -CONSTRUYAMOS AHORA</b>										
TOTAL DESACUERDO	7.9%	4.5%	4.1%	7.4%	6.1%	7.4%	9.2%	6.1%	4.6%	6.9%
REGULAR ACUERDO	11.0%	9.8%	7.1%	10.8%	9.0%	6.5%	11.7%	10.4%	8.1%	9.9%
TOTAL ACUERDO	21.1%	25.9%	18.8%	21.5%	19.5%	16.1%	23.0%	18.5%	17.3%	18.3%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION

	EDAD									
	12-16			18-19			19-24		25-30	
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>ES MEJOR ENTENDER QUE JUZGAN</b>										
TOTAL DESACUERDO	7.8%	4.3%	3.5%	4.1%	2.1%	7.1%	4.3%	3.5%	5.4%	5.5%
REGULAR ACUERDO	13.2%	11.5%	16.5%	12.4%	9.5%	8.4%	9.3%	10.5%	8.7%	11.3%
TOTAL ACUERDO	79.2%	84.4%	80.1%	83.4%	88.4%	84.4%	86.3%	86.0%	85.9%	83.3%
<b>MEXICO SE PERMITE LA DIVERSIDAD DE OPINION</b>										
TOTAL DESACUERDO	8.7%	10.6%	6.7%	9.0%	15.5%	7.8%	8.7%	17.5%	4.0%	9.2%
REGULAR ACUERDO	13.5%	13.4%	17.7%	11.4%	11.6%	14.3%	14.3%	17.5%	10.7%	13.0%
TOTAL ACUERDO	77.8%	75.9%	75.9%	77.6%	72.9%	77.9%	79.0%	65.0%	85.2%	77.8%
<b>CADA EPOCA TIENE SU CRISIS</b>										
TOTAL DESACUERDO	8.7%	4.3%	5.7%	5.2%	4.7%	4.6%	7.0%	3.5%	5.4%	7.2%
REGULAR ACUERDO	9.7%	8.5%	13.5%	6.6%	8.2%	8.5%	9.0%	9.1%	8.1%	5.8%
TOTAL ACUERDO	61.6%	67.2%	80.9%	88.3%	69.1%	80.9%	84.0%	67.4%	86.6%	87.0%
<b>MEXICO SERA --CONSTRUYAMOS AHORA</b>										
TOTAL DESACUERDO	11.5%	7.8%	7.1%	4.8%	7.6%	7.1%	9.7%	3.5%	2.0%	9.2%
REGULAR ACUERDO	12.8%	11.5%	9.3%	12.1%	10.1%	7.1%	9.3%	11.2%	7.4%	10.9%
TOTAL ACUERDO	73.7%	80.9%	83.6%	83.1%	82.2%	85.7%	81.0%	85.3%	90.0%	79.9%

(CONTINUED)



ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE OPINION ACERCA DE  
LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA  
REVOLUCION

	EDAD									
	21-30			31-45			46-MAS			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
ES MEJOR ENTENDER QUE JUZGAR										
TOTAL DESACUERDO	4.5%	4.2%	3.8%	4.0%	4.1%	4.3%	4.8%	2.4%	4.5%	
REGULAR ACUERDO	12.2%	6.3%	13.2%	14.0%	3.4%	13.5%	8.1%	7.8%	10.9%	
TOTAL ACUERDO	53.5%	69.4%	85.1%	81.2%	92.5%	82.2%	89.1%	89.6%	84.6%	
MEXICO SE PERMITE LA DIVERSIDAD DE OPINION										
TOTAL DESACUERDO	10.1%	5.6%	5.6%	10.1%	3.4%	3.6%	13.9%	1.6%	7.8%	
REGULAR ACUERDO	13.5%	9.2%	12.9%	19.5%	9.5%	10.7%	13.6%	11.4%	13.5%	
TOTAL ACUERDO	74.1%	85.2%	81.5%	78.5%	87.1%	85.8%	75.5%	86.7%	78.7%	
CADA EPOCA TIENE SU CRISIS										
TOTAL DESACUERDO	4.5%	4.9%	3.1%	6.0%	6.1%	6.4%	6.8%	3.6%	5.6%	
REGULAR ACUERDO	4.3%	1.7%	10.7%	10.1%	3.4%	8.9%	5.1%	7.5%	7.6%	
TOTAL ACUERDO	91.4%	93.7%	86.2%	83.9%	88.4%	84.7%	87.1%	89.1%	86.5%	
MEXICO SERA -CONSTRUYAMOS AHORA										
TOTAL DESACUERDO	7.2%	6.3%	8.9%	3.4%	4.1%	7.1%	4.1%	6.0%	6.9%	
REGULAR ACUERDO	7.2%	3.5%	10.3%	8.7%	6.2%	11.7%	10.9%	7.8%	9.9%	
TOTAL ACUERDO	85.6%	90.1%	82.8%	87.9%	87.3%	81.1%	85.0%	86.1%	83.5%	

A P E N D I C E D

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	SEXO						TOTAL
	HOMBRERES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>FRANCISCO VILLA</b>							
<b>CRUEL</b>							
TOTAL DESACUERDO	43.2%	38.3%	41.5%	39.0%	38.0%	41.0%	40.6%
REGULAR ACUERDO	23.6%	27.7%	24.6%	24.6%	26.7%	27.3%	25.4%
TOTAL ACUERDO	53.2%	54.0%	54.0%	55.8%	35.2%	31.7%	34.0%
<b>DESCONFIADO</b>							
TOTAL DESACUERDO	14.7%	13.4%	13.3%	12.9%	12.7%	12.1%	13.3%
REGULAR ACUERDO	21.7%	23.1%	17.6%	25.7%	23.7%	25.3%	22.7%
TOTAL ACUERDO	63.5%	63.5%	69.1%	61.4%	63.5%	64.7%	64.0%
<b>CONTRADICTORIO</b>							
TOTAL DESACUERDO	27.9%	26.8%	30.4%	25.3%	31.1%	28.3%	28.0%
REGULAR ACUERDO	28.3%	30.2%	26.0%	31.6%	30.3%	30.2%	29.6%
TOTAL ACUERDO	43.8%	43.0%	43.0%	43.0%	38.6%	41.4%	42.5%
<b>EMILIANO ZAPATA</b>							
<b>DESHONESTO</b>							
TOTAL DESACUERDO	65.3%	61.0%	64.1%	58.0%	58.4%	63.0%	62.4%
REGULAR ACUERDO	17.4%	20.9%	17.5%	23.4%	23.1%	24.9%	21.1%
TOTAL ACUERDO	17.3%	18.0%	13.6%	16.6%	18.5%	12.1%	16.5%
<b>IDEALISTA</b>							
TOTAL DESACUERDO	4.0%	3.6%	2.6%	4.0%	4.6%	2.3%	3.6%
REGULAR ACUERDO	7.6%	13.7%	11.5%	14.2%	13.8%	18.2%	12.8%
TOTAL ACUERDO	88.4%	82.6%	85.9%	81.8%	81.6%	79.4%	63.6%
<b>VENUSTIANO CARRANZA</b>							
<b>ADELANTADO A SU TIEMPO</b>							
TOTAL DESACUERDO	15.5%	13.4%	12.6%	14.1%	8.6%	10.1%	12.8%
REGULAR ACUERDO	32.7%	32.9%	27.6%	34.9%	34.1%	37.8%	33.5%
TOTAL ACUERDO	51.9%	53.7%	59.7%	51.0%	57.3%	52.0%	53.7%
<b>MANTUVO DECISIONES</b>							
TOTAL DESACUERDO	7.5%	8.6%	7.0%	7.1%	9.9%	6.1%	7.5%
REGULAR ACUERDO	23.6%	22.2%	20.8%	24.3%	21.2%	27.4%	23.6%
TOTAL ACUERDO	68.9%	69.2%	72.1%	68.7%	68.9%	66.0%	68.9%

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
	FRANCISCO VILLA									
<b>CRUEL</b>										
TOTAL DESACUERDO	42.4%	35.4%	40.7%	44.4%	41.5%	46.5%	37.3%	37.0%	36.2%	40.6%
REGULAR ACUERDO	26.4%	27.8%	27.2%	21.9%	24.1%	22.2%	24.0%	30.0%	29.0%	25.4%
TOTAL ACUERDO	31.2%	36.7%	32.1%	33.7%	34.4%	31.4%	36.7%	32.9%	34.9%	34.0%
<b>DESCONFIADO</b>										
TOTAL DESACUERDO	12.1%	9.7%	18.7%	16.5%	13.0%	11.7%	12.9%	16.5%	8.5%	13.3%
REGULAR ACUERDO	23.5%	23.1%	19.0%	22.1%	20.7%	22.2%	25.6%	26.7%	20.2%	22.7%
TOTAL ACUERDO	64.4%	67.2%	62.3%	61.4%	66.3%	66.2%	61.6%	56.8%	71.3%	64.0%
<b>CONTRADICTORIO</b>										
TOTAL DESACUERDO	23.4%	26.0%	35.1%	29.8%	27.8%	28.9%	24.4%	31.0%	24.8%	28.0%
REGULAR ACUERDO	32.1%	34.0%	22.4%	26.4%	28.3%	28.6%	31.6%	28.5%	32.9%	29.6%
TOTAL ACUERDO	42.4%	37.4%	42.5%	43.7%	43.7%	42.3%	43.9%	40.3%	42.3%	42.1%
EMILIANO ZAPATA										
<b>DESHONESTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	61.0%	65.5%	66.8%	61.1%	58.8%	67.1%	62.8%	56.8%	63.3%	62.4%
REGULAR ACUERDO	22.2%	21.7%	20.5%	19.6%	19.3%	19.4%	19.6%	25.0%	24.1%	21.1%
TOTAL ACUERDO	16.7%	14.8%	12.7%	19.4%	21.3%	13.5%	17.6%	18.2%	12.1%	16.5%
<b>IDEALISTA</b>										
TOTAL DESACUERDO	2.3%	3.5%	3.4%	3.2%	4.1%	2.8%	4.3%	5.1%	1.3%	3.6%
REGULAR ACUERDO	12.7%	9.6%	14.6%	8.6%	13.4%	12.3%	11.5%	18.1%	19.2%	12.8%
TOTAL ACUERDO	65.0%	67.6%	62.0%	65.4%	82.5%	84.9%	84.2%	76.8%	60.3%	63.6%
VENUSTIANO CARRANZA										
<b>ADELANTADO A SU TIEMPO</b>										
TOTAL DESACUERDO	14.0%	16.0%	14.6%	16.7%	16.0%	8.9%	13.3%	12.0%	11.1%	12.8%
REGULAR ACUERDO	30.0%	39.1%	29.9%	33.6%	27.6%	34.5%	30.8%	34.7%	34.2%	33.5%
TOTAL ACUERDO	49.4%	56.9%	53.6%	49.3%	61.6%	56.6%	55.9%	53.3%	54.7%	53.7%
<b>MANTUVO DECISIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	7.8%	6.5%	7.3%	7.0%	8.7%	7.1%	7.0%	12.8%	5.2%	7.5%
REGULAR ACUERDO	26.1%	22.2%	25.0%	21.5%	21.3%	23.4%	22.2%	21.6%	25.4%	23.6%
TOTAL ACUERDO	64.1%	71.3%	67.5%	71.3%	70.1%	59.5%	70.7%	65.6%	69.4%	66.9%

ANÁLISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									
	12-16			16-18			19-24		25-30	
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>FRANCISCO VILLA</b>										
<b>CRUEL</b>										
TOTAL DESACUERDO	40.7%	59.3%	35.2%	39.0%	42.7%	35.7%	36.8%	36.8%	38.9%	45.8%
REGULAR ACUERDO	27.9%	24.8%	28.2%	26.1%	27.8%	32.5%	29.2%	32.3%	23.5%	22.3%
TOTAL ACUERDO	31.4%	35.4%	36.6%	34.3%	32.5%	31.1%	34.0%	30.6%	37.6%	31.9%
<b>DESCONFIADO</b>										
TOTAL DESACUERDO	23.0%	26.5%	15.5%	18.5%	19.7%	17.5%	12.4%	9.0%	11.4%	11.7%
REGULAR ACUERDO	28.5%	17.1%	27.5%	24.3%	28.3%	21.4%	26.4%	27.8%	25.5%	24.7%
TOTAL ACUERDO	50.4%	55.6%	57.0%	57.2%	58.3%	61.0%	61.2%	63.2%	63.1%	63.6%
<b>CONTRADICTORIO</b>										
TOTAL DESACUERDO	25.3%	25.7%	14.1%	28.5%	28.4%	27.9%	24.8%	28.6%	32.2%	30.7%
REGULAR ACUERDO	34.7%	35.6%	38.0%	29.8%	30.2%	35.7%	36.8%	33.1%	23.5%	29.4%
TOTAL ACUERDO	40.0%	46.7%	47.9%	43.7%	41.4%	36.4%	38.4%	38.3%	44.3%	39.9%
<b>EMILIANO ZAPATA</b>										
<b>DESHONESTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	59.7%	63.1%	58.5%	66.1%	59.0%	66.2%	59.0%	50.6%	68.5%	66.5%
REGULAR ACUERDO	21.7%	17.1%	28.2%	16.5%	19.7%	19.5%	23.8%	30.5%	21.5%	20.3%
TOTAL ACUERDO	18.6%	19.8%	15.5%	17.4%	21.4%	14.3%	17.2%	19.5%	16.1%	13.2%
<b>IDEALISTA</b>										
TOTAL DESACUERDO	6.3%	7.1%	4.2%	2.9%	5.1%	2.0%	5.3%	2.3%	3.4%	3.9%
REGULAR ACUERDO	10.4%	14.3%	17.5%	8.8%	9.3%	15.0%	15.5%	21.1%	16.1%	8.3%
TOTAL ACUERDO	83.3%	78.6%	78.2%	88.3%	85.6%	83.0%	79.2%	76.0%	80.5%	87.8%
<b>VENUSTIANO CARRANZA</b>										
<b>ADELANTADO A SU TIEMPO</b>										
TOTAL DESACUERDO	18.1%	12.0%	12.0%	16.0%	11.3%	12.3%	14.8%	12.3%	11.4%	17.6%
REGULAR ACUERDO	34.8%	58.7%	31.0%	35.7%	32.2%	32.5%	41.0%	33.5%	45.6%	30.3%
TOTAL ACUERDO	49.1%	40.6%	57.0%	48.3%	56.5%	55.2%	44.3%	34.1%	43.0%	52.0%
<b>MANTUVO DECISIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	8.7%	13.5%	5.0%	7.9%	9.5%	7.8%	14.5%	8.1%	6.7%	7.2%
REGULAR ACUERDO	24.1%	18.5%	21.1%	25.7%	28.9%	28.6%	31.3%	21.8%	30.2%	29.7%
TOTAL ACUERDO	69.2%	68.5%	73.2%	75.3%	69.6%	65.6%	57.2%	70.2%	61.1%	63.1%

(CONTINUED)

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									TOTAL
	25-30			31-45			46-MAS			
	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3		
<b>FRANCISCO VILLA</b>										
<b>CRUEL</b>										
TOTAL DESACUERDO	39.6%	45.8%	42.2%	36.4%	49.7%	43.4%	35.1%	42.2%	40.0%	
REGULAR ACUERDO	29.1%	31.7%	10.0%	29.5%	19.7%	22.5%	22.1%	21.1%	25.4%	
TOTAL ACUERDO	32.3%	22.5%	39.8%	34.1%	30.6%	34.0%	42.7%	36.7%	34.0%	
<b>DESCONFIADO</b>										
TOTAL DESACUERDO	10.9%	10.8%	9.8%	7.6%	11.6%	9.0%	6.9%	9.6%	13.3%	
REGULAR ACUERDO	21.9%	19.0%	22.7%	26.4%	15.0%	18.0%	19.8%	15.7%	22.1%	
TOTAL ACUERDO	67.2%	70.4%	67.5%	65.9%	73.5%	73.1%	73.3%	74.7%	64.0%	
<b>CONTRADICTORIO</b>										
TOTAL DESACUERDO	36.7%	31.0%	28.0%	28.4%	41.5%	23.9%	28.2%	28.9%	28.0%	
REGULAR ACUERDO	29.0%	27.5%	24.7%	31.6%	19.7%	26.3%	26.2%	25.3%	29.6%	
TOTAL ACUERDO	38.3%	41.5%	47.5%	41.9%	38.8%	49.8%	45.5%	45.8%	42.5%	
<b>EMILIANO ZAPATA</b>										
<b>DESHONESTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	65.9%	70.4%	59.3%	54.0%	69.4%	59.3%	60.4%	64.5%	62.4%	
REGULAR ACUERDO	14.0%	19.7%	19.5%	31.7%	17.7%	21.2%	18.0%	21.7%	21.1%	
TOTAL ACUERDO	19.5%	9.9%	21.2%	14.3%	12.9%	19.5%	15.6%	13.9%	16.5%	
<b>IDEALISTA</b>										
TOTAL DESACUERDO	5.7%	1.4%	3.3%	4.0%	1.4%	2.2%	1.6%	2.4%	3.6%	
REGULAR ACUERDO	11.4%	14.1%	12.7%	18.5%	12.2%	9.6%	7.8%	15.1%	12.8%	
TOTAL ACUERDO	82.9%	84.5%	84.1%	77.6%	85.4%	88.2%	90.6%	82.5%	83.6%	
<b>VENUSTIANO CARRANZA</b>										
<b>ADELANTADO A SU TIEMPO</b>										
TOTAL DESACUERDO	10.0%	15.5%	12.4%	9.5%	9.5%	12.0%	4.0%	7.8%	12.8%	
REGULAR ACUERDO	39.1%	29.0%	31.0%	37.1%	33.5%	28.7%	24.0%	26.5%	33.5%	
TOTAL ACUERDO	47.9%	54.9%	50.0%	53.4%	57.1%	59.3%	71.4%	65.7%	53.7%	
<b>MANTUVO DECISIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	10.1%	5.5%	5.4%	11.1%	5.4%	4.6%	5.6%	6.0%	7.5%	
REGULAR ACUERDO	21.0%	26.1%	25.1%	21.7%	24.1%	18.1%	19.0%	19.5%	23.8%	
TOTAL ACUERDO	68.9%	68.5%	69.5%	61.2%	70.1%	79.4%	75.4%	74.7%	68.7%	

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>INTRANSIGENTE</b>							
TOTAL DESACUERDO	22.0%	19.3%	22.0%	19.1%	19.6%	20.7%	20.6%
REGULAR ACUERDO	37.8%	32.2%	39.1%	39.8%	40.3%	43.7%	39.4%
TOTAL ACUERDO	40.1%	48.2%	38.9%	41.1%	40.1%	33.0%	40.1%
<b>ADOLFO DE L HUERTA</b>							
<b>INTERESADO EN PODER</b>							
TOTAL DESACUERDO	13.4%	21.9%	10.1%	14.7%	16.8%	7.8%	12.6%
REGULAR ACUERDO	29.3%	28.1%	30.1%	35.3%	28.2%	69.9%	47.0%
TOTAL ACUERDO	57.3%	50.0%	29.8%	50.0%	36.9%	22.4%	40.4%
<b>PACIFICADOR</b>							
TOTAL DESACUERDO	31.2%	28.4%	18.5%	28.9%	21.7%	11.0%	21.1%
REGULAR ACUERDO	31.8%	23.1%	61.3%	43.0%	34.5%	72.7%	50.5%
TOTAL ACUERDO	37.0%	45.5%	20.2%	30.1%	43.8%	16.3%	28.4%
<b>DE LOS MEJORES PRESID</b>							
TOTAL DESACUERDO	45.1%	31.3%	28.5%	38.5%	26.2%	15.4%	28.7%
REGULAR ACUERDO	32.0%	32.8%	60.9%	38.2%	40.1%	70.8%	50.3%
TOTAL ACUERDO	22.9%	36.0%	12.6%	25.3%	33.7%	13.7%	21.0%
<b>ALVARO OBREGON</b>							
<b>AMBIICIOSO</b>							
TOTAL DESACUERDO	20.4%	12.9%	16.6%	21.0%	19.0%	14.4%	17.8%
REGULAR ACUERDO	28.0%	25.9%	42.2%	36.1%	25.5%	48.4%	35.4%
TOTAL ACUERDO	51.6%	61.2%	41.2%	42.9%	55.5%	37.2%	46.8%
<b>DIPLOMATICO</b>							
TOTAL DESACUERDO	13.4%	10.8%	10.1%	10.2%	10.0%	7.4%	10.4%
REGULAR ACUERDO	26.8%	24.1%	40.0%	28.4%	28.3%	46.3%	32.9%
TOTAL ACUERDO	39.7%	65.1%	49.9%	61.5%	61.7%	46.3%	56.7%
<b>PRACTICO</b>							
TOTAL DESACUERDO	8.9%	11.0%	8.0%	9.0%	8.2%	8.2%	8.8%
REGULAR ACUERDO	27.5%	30.0%	45.0%	34.2%	34.0%	48.0%	36.8%
TOTAL ACUERDO	63.6%	58.5%	47.1%	58.9%	57.7%	43.1%	54.3%
<b>PLUTARCO ELIAS CALLES</b>							
<b>FUNDADOR DE INSTITUCIONES</b>							
TOTAL DESACUERDO	6.4%	8.2%	4.2%	6.9%	5.9%	5.3%	6.1%
REGULAR ACUERDO	25.7%	25.4%	48.5%	33.4%	25.9%	56.9%	38.5%
TOTAL ACUERDO	65.9%	68.4%	47.3%	59.7%	68.2%	37.8%	55.3%

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	NIVEL									TOTAL
	ALTO			MEDIO			BAJO			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>INTRANSIGENTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	19.0%	14.3%	28.7%	21.5%	21.3%	22.2%	20.2%	23.0%	14.3%	20.6%
REGULAR ACUERDO	43.3%	40.9%	41.0%	38.0%	34.3%	48.3%	37.3%	34.5%	46.3%	39.4%
TOTAL ACUERDO	36.9%	44.8%	30.8%	42.5%	44.3%	37.5%	42.5%	42.5%	39.4%	40.1%
<b>ADOLFO DE LA HUERTA</b>										
<b>INTERESADO EN PODER</b>										
TOTAL DESACUERDO	17.9%	18.1%	9.7%	11.6%	22.9%	11.1%	11.4%	15.3%	5.9%	12.6%
REGULAR ACUERDO	33.6%	31.0%	64.0%	52.3%	21.4%	60.9%	30.1%	29.4%	70.3%	47.0%
TOTAL ACUERDO	48.3%	51.0%	23.7%	36.1%	53.7%	28.0%	58.4%	55.3%	23.9%	40.4%
<b>PACIFICADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	32.2%	18.7%	13.1%	27.3%	23.7%	18.2%	27.1%	30.2%	12.1%	21.1%
REGULAR ACUERDO	34.3%	38.8%	70.1%	38.4%	29.3%	61.4%	39.2%	23.8%	71.0%	50.5%
TOTAL ACUERDO	33.3%	44.5%	13.3%	33.0%	45.0%	20.4%	33.7%	44.2%	15.9%	28.4%
<b>DE LOS MEJORES PRESID</b>										
TOTAL DESACUERDO	44.6%	23.6%	23.1%	41.9%	30.7%	24.3%	34.5%	30.6%	14.7%	28.7%
REGULAR ACUERDO	37.2%	40.6%	65.3%	34.3%	32.9%	61.2%	32.7%	33.3%	72.0%	50.3%
TOTAL ACUERDO	18.2%	33.3%	11.6%	23.7%	36.4%	14.5%	32.7%	34.1%	13.4%	21.0%
<b>ALVARO OBREGON</b>										
<b>AMBICIOSO</b>										
TOTAL DESACUERDO	13.6%	10.7%	11.6%	23.7%	13.8%	18.2%	23.1%	19.1%	16.0%	17.8%
REGULAR ACUERDO	29.2%	23.4%	44.0%	27.9%	22.0%	44.0%	39.9%	33.3%	40.2%	35.4%
TOTAL ACUERDO	53.0%	62.9%	44.4%	48.3%	62.2%	37.8%	37.1%	47.5%	35.8%	46.8%
<b>DIPLOMATICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	18.1%	10.7%	14.2%	9.3%	9.1%	7.4%	9.3%	11.7%	5.2%	10.4%
REGULAR ACUERDO	28.2%	28.4%	39.6%	26.3%	23.9%	40.6%	28.3%	26.5%	49.5%	32.9%
TOTAL ACUERDO	53.6%	60.9%	46.3%	64.2%	67.0%	52.0%	62.3%	61.7%	45.3%	56.7%
<b>PRACTICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	9.7%	9.6%	10.8%	8.9%	10.6%	7.4%	8.1%	5.2%	8.5%	6.8%
REGULAR ACUERDO	32.6%	32.0%	44.8%	27.1%	30.8%	43.1%	32.0%	33.7%	52.8%	30.3%
TOTAL ACUERDO	57.3%	58.4%	44.4%	63.4%	58.7%	49.5%	59.9%	57.1%	40.7%	54.3%
<b>PLUTARCO ELIAS CALLES</b>										
<b>FUNDADOR DE INSTITUCIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	3.3%	4.7%	3.0%	7.3%	6.3%	6.3%	8.7%	7.9%	4.6%	6.1%
REGULAR ACUERDO	32.1%	23.4%	53.0%	24.1%	26.4%	48.0%	32.0%	24.8%	58.0%	38.5%
TOTAL ACUERDO	62.6%	69.8%	44.0%	65.7%	67.3%	45.5%	59.4%	67.3%	37.5%	55.3%



ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD										
	12-16			16-18			19-24			25-30	
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2
<b>INTRANSIGENTE</b>											
TOTAL DESACUERDO	24.1%	24.5%	28.9%	20.0%	21.7%	16.9%	18.9%	19.4%	15.4%	21.7%	
REGULAR ACUERDO	34.4%	33.6%	36.6%	43.4%	37.4%	44.8%	43.9%	37.9%	53.0%	43.0%	
TOTAL ACUERDO	41.5%	41.8%	34.5%	36.6%	40.9%	38.3%	37.3%	42.7%	31.5%	35.3%	
<b>ADOLFO DE LA HUERTA</b>											
<b>INTERESADO EN PODER</b>											
TOTAL DESACUERDO	10.7%	11.4%	7.7%	20.5%	27.3%	6.5%	6.7%	6.8%	6.7%	16.2%	
REGULAR ACUERDO	32.1%	15.9%	79.6%	26.6%	23.6%	75.3%	36.7%	31.6%	71.8%	32.3%	
TOTAL ACUERDO	57.1%	72.7%	12.7%	53.2%	49.1%	18.2%	56.7%	59.6%	21.5%	51.5%	
<b>PACIFICADOR</b>											
TOTAL DESACUERDO	10.1%	31.8%	7.0%	32.9%	33.9%	9.7%	26.7%	22.8%	13.4%	32.3%	
REGULAR ACUERDO	51.5%	29.5%	61.0%	34.2%	26.6%	77.9%	42.2%	36.8%	69.1%	33.3%	
TOTAL ACUERDO	32.1%	38.6%	12.0%	32.9%	39.3%	12.3%	31.1%	40.4%	17.4%	34.3%	
<b>DE LOS MEJORES PRESID</b>											
TOTAL DESACUERDO	40.0%	36.4%	13.4%	43.1%	30.9%	13.0%	26.1%	15.8%	19.5%	44.0%	
REGULAR ACUERDO	36.4%	25.0%	76.2%	26.6%	32.7%	76.0%	36.2%	43.9%	68.5%	40.0%	
TOTAL ACUERDO	23.6%	38.6%	8.5%	28.0%	36.4%	11.0%	33.7%	40.4%	12.1%	16.0%	
<b>ALVARO OBREGON</b>											
<b>AMBICIOSO</b>											
TOTAL DESACUERDO	29.5%	15.5%	17.6%	23.6%	30.1%	16.2%	16.0%	16.0%	10.7%	20.7%	
REGULAR ACUERDO	34.7%	32.2%	57.7%	30.4%	20.5%	49.4%	38.1%	30.0%	49.7%	35.5%	
TOTAL ACUERDO	36.1%	54.4%	24.6%	46.0%	49.4%	34.4%	43.9%	52.0%	39.6%	43.8%	
<b>DIPLOMATICO</b>											
TOTAL DESACUERDO	11.6%	15.6%	3.5%	9.0%	15.7%	8.4%	9.4%	2.0%	8.7%	13.7%	
REGULAR ACUERDO	24.5%	24.4%	50.3%	29.5%	22.9%	41.6%	36.5%	31.0%	40.9%	30.4%	
TOTAL ACUERDO	63.9%	60.0%	40.1%	61.5%	61.4%	50.0%	54.1%	67.0%	50.3%	56.0%	
<b>PRACTICO</b>											
TOTAL DESACUERDO	12.9%	10.0%	4.2%	10.8%	20.2%	10.4%	9.4%	9.0%	6.7%	10.6%	
REGULAR ACUERDO	32.0%	35.6%	58.5%	32.5%	27.4%	50.6%	39.8%	41.0%	47.0%	33.5%	
TOTAL ACUERDO	55.1%	54.4%	37.3%	58.7%	52.4%	39.0%	50.8%	50.0%	44.3%	55.9%	
<b>PLUTARCO ELIAS CALLES</b>											
<b>FUNDADOR DE INSTITUCIONES</b>											
TOTAL DESACUERDO	11.4%	9.1%	3.5%	8.1%	6.7%	3.9%	6.5%	3.9%	4.0%	8.3%	
REGULAR ACUERDO	26.6%	21.8%	66.9%	25.0%	21.7%	62.3%	37.7%	31.6%	51.7%	34.1%	
TOTAL ACUERDO	62.0%	69.1%	29.6%	66.9%	71.7%	33.8%	55.8%	64.5%	44.3%	57.6%	

(CONTINUED)

TABLA 62

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									
	25-30			31-45			46-MAS			TOTAL
	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3		
<b>INTRANSIGENTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	20.2%	25.2%	21.1%	18.1%	24.5%	17.6%	14.3%	19.9%	20.6%	
REGULAR ACUERDO	34.5%	40.8%	34.0%	42.2%	40.6%	53.8%	53.5%	59.2%	39.4%	
TOTAL ACUERDO	75.4%	35.9%	44.4%	39.7%	34.7%	48.6%	52.4%	41.0%	40.1%	
<b>DOLOFO DE LA HUERTA</b>										
<b>INTERESADO EN PODER</b>										
TOTAL DESACUERDO	25.5%	8.5%	14.7%	18.1%	9.5%	14.3%	22.8%	13.9%	12.6%	
REGULAR ACUERDO	33.5%	58.9%	26.5%	33.3%	56.5%	38.3%	22.8%	50.6%	47.0%	
TOTAL ACUERDO	45.5%	32.0%	56.6%	46.6%	34.0%	47.4%	54.3%	35.5%	40.4%	
<b>PACIFICADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	20.0%	25.9%	35.8%	22.2%	19.7%	26.9%	18.5%	13.9%	21.1%	
REGULAR ACUERDO	36.7%	64.8%	36.6%	38.9%	58.5%	32.8%	22.8%	53.9%	50.5%	
TOTAL ACUERDO	43.5%	11.3%	29.4%	36.9%	21.6%	40.3%	56.7%	32.1%	28.4%	
<b>DE LOS MEJORES PRESID</b>										
TOTAL DESACUERDO	36.7%	28.9%	41.9%	25.0%	27.9%	43.9%	29.3%	21.7%	28.7%	
REGULAR ACUERDO	35.0%	62.0%	39.7%	51.4%	59.9%	28.8%	29.3%	53.6%	50.3%	
TOTAL ACUERDO	28.3%	9.2%	18.4%	23.6%	12.2%	27.3%	41.3%	24.7%	21.0%	
<b>ALVARO OBREGON</b>										
<b>AMBICIOSO</b>										
TOTAL DESACUERDO	14.0%	15.5%	22.2%	12.0%	19.0%	13.8%	10.9%	13.9%	17.8%	
REGULAR ACUERDO	22.0%	46.5%	28.5%	27.2%	38.1%	25.9%	21.8%	33.1%	35.4%	
TOTAL ACUERDO	63.4%	36.0%	49.3%	60.9%	42.9%	60.3%	67.3%	53.0%	46.8%	
<b>DIPLOMATICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	14.0%	11.5%	13.0%	9.8%	8.0%	13.0%	7.5%	10.6%	10.4%	
REGULAR ACUERDO	20.9%	44.4%	24.2%	30.4%	41.5%	21.0%	21.8%	36.7%	32.9%	
TOTAL ACUERDO	59.1%	44.4%	62.8%	59.6%	49.7%	65.3%	70.9%	52.4%	56.7%	
<b>PRACTICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	11.8%	9.2%	5.4%	4.4%	6.8%	6.5%	5.5%	9.0%	8.8%	
REGULAR ACUERDO	33.3%	50.0%	23.5%	36.5%	42.2%	25.5%	20.0%	34.9%	36.6%	
TOTAL ACUERDO	54.8%	40.8%	71.0%	59.5%	51.0%	68.2%	74.5%	56.0%	54.3%	
<b>PLUTARCO ELIAS CALLES</b>										
<b>FUNDADOR DE INSTITUCIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	4.0%	5.0%	7.7%	5.1%	4.1%	6.0%	9.2%	7.2%	6.1%	
REGULAR ACUERDO	32.0%	53.5%	27.5%	18.1%	45.6%	26.3%	25.5%	39.2%	38.5%	
TOTAL ACUERDO	64.0%	40.8%	65.0%	78.5%	50.3%	67.7%	65.3%	53.6%	55.3%	

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>LIDER INTOLERANTE</b>							
TOTAL DESACUERDO	26.1%	26.1%	11.5%	23.5%	26.0%	10.4%	18.4%
REGULAR ACUERDO	43.5%	36.8%	57.6%	45.8%	36.8%	62.8%	49.7%
TOTAL ACUERDO	28.4%	43.1%	30.9%	30.7%	43.2%	26.8%	31.9%
<b>HOMBRE DEBIL</b>							
TOTAL DESACUERDO	48.4%	44.5%	37.5%	38.0%	37.3%	29.5%	38.7%
REGULAR ACUERDO	30.1%	33.5%	50.8%	37.0%	34.1%	57.5%	42.3%
TOTAL ACUERDO	21.4%	22.0%	11.7%	25.1%	28.6%	12.7%	19.0%
<b>EMILIO PORTES GIL</b>							
<b>BUEN NEGOCIADOR</b>							
TOTAL DESACUERDO	10.0%	9.7%	4.9%	12.0%	16.2%	3.4%	7.1%
REGULAR ACUERDO	39.3%	35.4%	74.7%	38.6%	35.2%	80.1%	61.4%
TOTAL ACUERDO	50.7%	54.9%	20.4%	49.5%	48.6%	16.5%	31.5%
<b>INTRIGANTE</b>							
TOTAL DESACUERDO	26.7%	38.1%	11.0%	22.1%	21.0%	8.2%	16.4%
REGULAR ACUERDO	46.2%	33.8%	74.9%	47.5%	46.7%	81.6%	64.7%
TOTAL ACUERDO	27.1%	28.3%	14.1%	30.4%	32.4%	10.1%	19.0%
<b>EL MENOS AMBICIOSO</b>							
TOTAL DESACUERDO	26.4%	25.7%	10.1%	23.6%	22.1%	5.7%	14.6%
REGULAR ACUERDO	38.5%	38.9%	72.8%	37.4%	42.3%	80.5%	61.6%
TOTAL ACUERDO	35.1%	35.4%	17.1%	39.0%	35.6%	13.7%	23.8%
<b>PASCUAL ORTIZ RUBIO</b>							
<b>MAL ADMINISTRADOR</b>							
TOTAL DESACUERDO	31.2%	29.5%	13.1%	33.0%	30.6%	13.5%	21.3%
REGULAR ACUERDO	39.1%	40.2%	70.7%	39.0%	41.1%	75.3%	58.3%
TOTAL ACUERDO	29.6%	30.3%	16.2%	28.0%	28.2%	11.2%	20.4%
<b>HONESTO</b>							
TOTAL DESACUERDO	15.4%	16.0%	7.5%	17.4%	15.4%	5.1%	10.5%
REGULAR ACUERDO	34.6%	32.0%	68.4%	37.6%	31.7%	74.6%	55.2%
TOTAL ACUERDO	50.0%	50.0%	24.1%	45.0%	52.8%	20.3%	34.0%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

TOTAL

	ALTO MED			NIVEL MEDIO MED			BAJO MED			TOTAL
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>LIDER INTOLERANTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	24.8%	17.8%	11.9%	23.0%	22.0%	11.7%	31.2%	19.6%	9.1%	18.4%
REGULAR ACUERDO	47.6%	39.1%	60.4%	44.9%	36.5%	55.7%	39.9%	33.7%	65.1%	49.7%
TOTAL ACUERDO	27.0%	43.2%	27.6%	32.2%	40.9%	32.0%	28.9%	46.5%	25.7%	31.9%
<b>HOMBRE DEBIL</b>										
TOTAL DESACUERDO	40.0%	41.4%	30.9%	42.0%	39.0%	37.6%	41.5%	42.6%	25.7%	38.7%
REGULAR ACUERDO	55.5%	31.4%	53.7%	52.5%	39.0%	48.0%	31.6%	29.7%	61.6%	42.5%
TOTAL ACUERDO	19.5%	27.2%	9.3%	24.7%	22.0%	14.2%	26.7%	27.7%	12.7%	19.0%
<b>EMILIO PORTES GIL</b>										
<b>BUEN NEGOCIADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	10.4%	15.0%	5.2%	14.6%	12.1%	4.6%	5.1%	9.5%	2.6%	7.1%
REGULAR ACUERDO	40.7%	30.5%	76.1%	34.6%	36.3%	72.9%	42.3%	31.0%	83.7%	61.4%
TOTAL ACUERDO	48.9%	40.2%	18.7%	50.4%	51.6%	22.5%	52.0%	59.5%	13.7%	31.5%
<b>INTRIGANTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	27.3%	25.9%	13.4%	28.2%	35.2%	10.5%	11.7%	26.2%	5.2%	16.4%
REGULAR ACUERDO	49.2%	41.2%	77.2%	42.0%	37.4%	72.9%	49.4%	42.9%	85.3%	64.7%
TOTAL ACUERDO	20.5%	32.9%	9.3%	29.8%	27.5%	16.6%	39.0%	31.0%	9.4%	19.0%
<b>EL MENOS AMBICIOSO</b>										
TOTAL DESACUERDO	29.5%	23.5%	6.0%	20.9%	26.4%	10.5%	11.7%	19.5%	6.5%	14.6%
REGULAR ACUERDO	42.1%	42.4%	78.4%	28.5%	36.3%	69.5%	44.2%	46.3%	83.4%	61.6%
TOTAL ACUERDO	20.4%	34.1%	15.7%	44.6%	37.4%	20.0%	44.2%	34.1%	10.1%	23.8%
<b>PASCUAL ORTIZ RUBIO</b>										
<b>MAL ADMINISTRADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	31.3%	22.7%	12.3%	33.3%	35.4%	15.7%	31.5%	34.0%	11.7%	21.3%
REGULAR ACUERDO	39.6%	46.5%	74.3%	39.3%	39.6%	68.6%	37.8%	28.3%	76.9%	58.3%
TOTAL ACUERDO	29.2%	28.9%	13.7%	27.4%	25.0%	15.7%	35.0%	37.7%	11.4%	20.4%
<b>HONESTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	19.7%	17.5%	4.9%	10.1%	15.8%	8.3%	19.8%	17.0%	5.2%	10.8%
REGULAR ACUERDO	35.8%	39.2%	71.6%	36.9%	33.7%	68.0%	35.1%	15.1%	75.6%	55.2%
TOTAL ACUERDO	44.0%	43.5%	23.5%	53.0%	50.5%	23.7%	45.0%	67.9%	19.2%	34.0%

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									
	12-16			16-18			19-24			25-30
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>LIDER INTOLERANTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	29.1%	16.4%	7.7%	40.5%	20.5%	8.4%	21.7%	21.1%	12.1%	26.5%
REGULAR ACUERDO	41.8%	40.0%	76.1%	43.0%	36.7%	70.1%	52.2%	38.2%	60.4%	52.3%
TOTAL ACUERDO	29.1%	43.6%	16.2%	16.5%	43.3%	21.4%	26.1%	40.8%	27.5%	21.2%
<b>HOMBRE DEBIL</b>										
TOTAL DESACUERDO	42.3%	32.7%	22.5%	44.6%	45.0%	26.0%	47.1%	38.2%	36.2%	39.4%
REGULAR ACUERDO	33.3%	45.5%	70.4%	33.1%	35.0%	66.2%	31.2%	34.2%	51.0%	42.4%
TOTAL ACUERDO	24.4%	21.8%	7.0%	22.3%	20.0%	7.8%	21.7%	27.0%	12.6%	18.2%
<b>EMILIO PORTES GIL</b>										
<b>BUEN NEGOCIADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	20.0%	15.0%	2.1%	15.0%	9.1%	4.5%	9.1%	12.1%	3.4%	6.9%
REGULAR ACUERDO	30.0%	20.0%	85.2%	45.0%	59.1%	83.8%	45.5%	39.4%	81.9%	44.4%
TOTAL ACUERDO	50.0%	65.0%	12.7%	40.0%	31.6%	11.7%	45.5%	46.5%	14.6%	48.6%
<b>INTRIGANTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	30.0%	40.0%	7.0%	21.1%	22.7%	3.2%	27.3%	24.2%	6.7%	16.7%
REGULAR ACUERDO	46.7%	40.0%	66.0%	44.7%	40.9%	65.7%	45.5%	33.3%	83.9%	58.3%
TOTAL ACUERDO	23.3%	20.0%	4.9%	34.2%	36.4%	11.0%	27.3%	42.4%	9.4%	25.0%
<b>EL MENOS AMBICIOSO</b>										
TOTAL DESACUERDO	26.7%	15.0%	7.0%	20.5%	18.2%	9.1%	32.7%	21.2%	7.4%	30.6%
REGULAR ACUERDO	33.3%	25.0%	85.2%	46.4%	54.5%	84.4%	34.5%	51.5%	80.5%	45.8%
TOTAL ACUERDO	40.0%	60.0%	7.7%	33.3%	27.3%	6.5%	32.7%	27.3%	12.1%	23.6%
<b>PASCUAL ORTIZ RUBIO</b>										
<b>MAL ADMINISTRADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	40.0%	31.0%	11.3%	26.0%	44.6%	5.2%	33.3%	27.3%	16.1%	30.6%
REGULAR ACUERDO	40.0%	37.9%	82.4%	47.6%	41.4%	86.4%	41.7%	45.5%	67.6%	37.6%
TOTAL ACUERDO	20.0%	31.0%	6.3%	23.6%	13.8%	8.4%	25.0%	27.3%	16.1%	31.8%
<b>HONESTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	11.4%	20.7%	2.6%	11.1%	17.2%	5.8%	25.0%	6.1%	7.4%	16.8%
REGULAR ACUERDO	40.0%	27.6%	78.9%	42.9%	27.6%	83.8%	34.7%	45.5%	73.2%	58.8%
TOTAL ACUERDO	46.0%	51.7%	18.3%	40.0%	55.2%	10.4%	40.3%	48.5%	19.5%	42.4%

(CONTINUED)

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									TOTAL
	25-30			31-40			46-MAS			
	MED	MED	MED	MED	MED	MED	MED	MED	MED	
MEU. 2	MEU. 3	MEU. 1	MEU. 2	MEU. 3	MEU. 1	MEU. 2	MEU. 3	MEU. 3		
<b>LIDER INTOLERANTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	24.0%	10.6%	24.7%	23.1%	15.0%	17.9%	16.3%	10.8%	18.4%	
REGULAR ACUERDO	44.0%	53.4%	30.5%	40.0%	50.3%	41.7%	26.5%	44.0%	49.7%	
TOTAL ACUERDO	32.0%	26.1%	36.8%	36.9%	34.0%	40.5%	57.1%	45.2%	31.9%	
<b>HOMBRE DEBIL</b>										
TOTAL DESACUERDO	36.0%	31.7%	41.2%	46.2%	40.8%	44.9%	44.9%	42.2%	38.7%	
REGULAR ACUERDO	40.0%	56.3%	33.0%	32.5%	42.9%	29.3%	22.4%	41.0%	42.3%	
TOTAL ACUERDO	24.0%	12.0%	25.8%	21.5%	16.3%	25.7%	32.7%	16.9%	19.0%	
<b>EMILIO PORTES GIL</b>										
<b>BUEN NEGOCIADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	16.1%	4.9%	8.8%	12.5%	4.8%	12.1%	12.5%	4.8%	7.1%	
REGULAR ACUERDO	45.2%	79.6%	37.4%	35.0%	76.2%	33.6%	26.4%	60.8%	61.4%	
TOTAL ACUERDO	38.7%	15.5%	53.8%	52.5%	19.0%	54.2%	61.1%	34.3%	31.5%	
<b>INTRIGANTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	52.3%	6.3%	21.6%	32.5%	12.2%	30.6%	29.2%	20.5%	16.4%	
REGULAR ACUERDO	36.7%	79.6%	50.0%	42.5%	72.1%	38.0%	41.7%	63.3%	64.7%	
TOTAL ACUERDO	29.0%	14.1%	28.4%	25.0%	15.0%	31.5%	29.2%	16.3%	19.0%	
<b>EL MENOS AMBICIOSO</b>										
TOTAL DESACUERDO	32.3%	7.7%	20.5%	20.0%	10.2%	22.6%	28.2%	5.4%	14.6%	
REGULAR ACUERDO	45.2%	78.9%	47.7%	47.5%	73.5%	24.5%	29.6%	60.8%	61.6%	
TOTAL ACUERDO	22.6%	13.4%	31.8%	32.5%	16.3%	52.8%	42.3%	33.7%	23.8%	
<b>PASCUAL ORTIZ RUBIO</b>										
<b>HAL ADMINISTRADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	31.0%	12.0%	30.8%	26.7%	13.6%	33.0%	26.5%	21.1%	21.3%	
REGULAR ACUERDO	58.1%	71.8%	40.2%	37.0%	70.7%	32.1%	42.6%	60.8%	58.3%	
TOTAL ACUERDO	31.0%	16.2%	29.0%	35.6%	15.6%	34.9%	30.9%	18.1%	20.4%	
<b>HONESTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	21.4%	7.7%	15.9%	27.5%	10.2%	13.6%	8.8%	3.6%	10.8%	
REGULAR ACUERDO	31.0%	71.8%	37.3%	25.0%	70.1%	26.4%	33.8%	54.2%	53.2%	
TOTAL ACUERDO	47.0%	20.4%	44.9%	45.5%	19.7%	60.0%	57.4%	42.2%	34.0%	

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	SEXO						TOTAL
	HOMBRES			MUJERES			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>BUEN POLITICO</b>							
TOTAL DESACUERDO	16.5%	21.3%	8.9%	15.8%	13.0%	5.5%	11.3%
REGULAR ACUERDO	33.5%	30.3%	69.3%	38.2%	35.8%	73.4%	54.9%
TOTAL ACUERDO	50.0%	48.4%	21.8%	48.0%	51.2%	21.1%	33.6%
<b>ABELARDO L. RODRIGUEZ</b>							
<b>EMPRESARIO HABIL</b>							
TOTAL DESACUERDO	10.1%	8.7%	3.5%	4.9%	12.6%	2.7%	6.1%
REGULAR ACUERDO	21.4%	28.8%	73.5%	50.5%	23.2%	77.0%	53.9%
TOTAL ACUERDO	68.5%	62.5%	25.2%	59.7%	62.2%	20.3%	40.0%
<b>POLITICO PESIMO</b>							
TOTAL DESACUERDO	40.5%	34.6%	15.7%	35.1%	36.9%	10.6%	23.5%
REGULAR ACUERDO	36.4%	43.3%	74.7%	44.5%	41.4%	80.5%	61.8%
TOTAL ACUERDO	23.1%	22.1%	9.6%	20.3%	21.6%	8.9%	14.7%
<b>BUEN ADMINISTRADOR</b>							
TOTAL DESACUERDO	11.6%	25.0%	6.6%	14.1%	9.0%	3.6%	9.0%
REGULAR ACUERDO	32.1%	31.7%	74.5%	40.6%	36.0%	79.9%	59.1%
TOTAL ACUERDO	56.2%	43.3%	19.0%	45.3%	55.0%	16.3%	31.9%
<b>LAZARO CARDENAS</b>							
<b>PRESID INJUSTO</b>							
TOTAL DESACUERDO	78.7%	88.3%	76.5%	87.4%	63.9%	72.1%	70.0%
REGULAR ACUERDO	13.0%	19.7%	12.9%	18.9%	17.3%	18.0%	16.5%
TOTAL ACUERDO	16.2%	12.1%	8.7%	13.7%	18.8%	9.9%	13.5%
<b>OPORTUNO-ACCIONES</b>							
TOTAL DESACUERDO	7.2%	8.1%	2.3%	6.7%	8.9%	4.0%	6.3%
REGULAR ACUERDO	13.5%	15.1%	16.3%	18.8%	17.3%	18.0%	15.7%
TOTAL ACUERDO	79.2%	76.8%	87.4%	74.4%	73.8%	78.0%	78.0%
<b>BUEN DIRIGENTE</b>							
TOTAL DESACUERDO	5.1%	5.0%	2.3%	8.0%	4.3%	2.3%	4.5%
REGULAR ACUERDO	15.1%	17.4%	11.5%	17.4%	17.1%	16.1%	15.4%
TOTAL ACUERDO	31.8%	37.0%	86.2%	76.6%	78.6%	81.6%	80.1%

**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	NIVEL									TOTAL
	ALTO			MEDIO			BAJO			
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	
<b>BUEN POLITICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	19.0%	16.5%	8.2%	14.8%	17.9%	8.6%	12.5%	17.0%	4.6%	11.3%
REGULAR ACUERDO	32.5%	42.5%	71.6%	37.9%	30.5%	67.4%	33.9%	20.8%	75.6%	54.9%
TOTAL ACUERDO	47.9%	41.2%	20.1%	47.3%	51.6%	24.0%	53.6%	62.3%	19.9%	33.8%
<b>ABELARDO L. RODRIGUEZ EMPRESARIO HABIL</b>										
TOTAL DESACUERDO	9.8%	7.2%	4.1%	10.5%	11.6%	3.1%	9.7%	16.2%	2.0%	6.1%
REGULAR ACUERDO	28.8%	52.5%	71.6%	26.1%	21.1%	70.2%	19.5%	29.7%	84.0%	53.9%
TOTAL ACUERDO	61.4%	60.2%	24.3%	63.4%	67.4%	26.8%	70.8%	54.1%	14.0%	40.0%
<b>POLITICO PESIMO</b>										
TOTAL DESACUERDO	35.2%	30.1%	12.7%	34.6%	38.8%	18.2%	47.3%	45.9%	7.8%	23.5%
REGULAR ACUERDO	43.2%	50.6%	78.4%	42.5%	37.9%	71.4%	32.1%	35.1%	84.0%	61.8%
TOTAL ACUERDO	21.6%	19.3%	9.0%	22.9%	25.3%	10.5%	20.5%	18.9%	8.1%	14.7%
<b>BUEN ADMINISTRADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	16.7%	10.6%	6.7%	9.1%	21.1%	5.2%	10.6%	18.9%	3.6%	9.0%
REGULAR ACUERDO	37.0%	45.8%	75.7%	38.3%	27.2%	72.9%	31.9%	32.4%	83.4%	59.1%
TOTAL ACUERDO	46.5%	43.4%	17.5%	52.6%	54.7%	21.6%	57.5%	48.6%	15.0%	31.9%
<b>LAZARO CARDENAS</b>										
<b>PRESID INJUSTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	71.2%	67.9%	77.6%	71.1%	70.2%	79.4%	64.6%	59.1%	68.4%	70.0%
REGULAR ACUERDO	15.2%	16.5%	13.4%	14.7%	16.3%	12.6%	18.3%	20.6%	20.5%	16.5%
TOTAL ACUERDO	13.6%	13.6%	9.0%	14.1%	13.5%	6.0%	17.1%	20.2%	11.1%	13.5%
<b>OPORTUNO-ACCIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	7.6%	10.7%	1.5%	5.9%	7.1%	4.0%	7.4%	6.1%	3.9%	6.3%
REGULAR ACUERDO	15.9%	14.4%	15.3%	13.4%	12.7%	12.3%	19.7%	22.3%	15.6%	15.7%
TOTAL ACUERDO	70.5%	74.9%	83.2%	80.7%	80.2%	83.7%	72.8%	69.6%	80.5%	78.0%
<b>BUEN DIRIGENTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	4.5%	7.0%	4.5%	5.9%	3.9%	1.6%	6.2%	4.0%	1.0%	4.5%
REGULAR ACUERDO	16.4%	18.1%	12.7%	12.8%	13.1%	13.8%	16.9%	21.1%	15.0%	15.4%
TOTAL ACUERDO	79.1%	74.9%	82.8%	81.2%	83.0%	84.3%	76.9%	74.9%	84.0%	80.1%



**ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION**

	EDAD									
	12-16			16-18			19-24		25-30	
	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1
<b>BUEN POLITICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	8.6%	20.7%	2.8%	16.9%	13.1%	4.5%	12.5%	9.1%	6.7%	13.3%
REGULAR ACUERDO	31.4%	27.0%	77.5%	35.4%	34.5%	85.1%	41.7%	33.3%	70.5%	35.8%
TOTAL ACUERDO	60.0%	51.7%	19.7%	47.7%	51.7%	10.4%	45.8%	57.6%	22.8%	42.4%
<b>ABELARDO L. RODRIGUEZ EMPRESARIO HABIL</b>										
TOTAL DESACUERDO	2.5%	19.0%	2.1%	5.1%	25.0%	1.3%	6.2%	12.5%	3.4%	19.2%
REGULAR ACUERDO	10.2%	28.6%	84.5%	25.4%	20.8%	85.1%	38.5%	33.3%	78.5%	33.3%
TOTAL ACUERDO	79.5%	52.4%	13.4%	69.5%	54.2%	13.6%	59.4%	54.2%	18.1%	47.4%
<b>POLITICO PESIMO</b>										
TOTAL DESACUERDO	54.5%	42.9%	9.2%	43.9%	50.0%	7.1%	40.0%	25.0%	12.8%	32.1%
REGULAR ACUERDO	29.5%	38.1%	86.6%	38.6%	29.2%	85.7%	46.2%	62.5%	78.5%	47.4%
TOTAL ACUERDO	15.9%	19.0%	4.2%	17.5%	20.8%	7.1%	13.8%	12.5%	8.7%	20.5%
<b>BUEN ADMINISTRADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	9.1%	23.8%	2.8%	11.7%	33.3%	4.5%	6.2%	12.5%	4.7%	21.8%
REGULAR ACUERDO	25.0%	28.6%	86.6%	45.0%	25.0%	86.4%	53.8%	50.0%	77.9%	38.5%
TOTAL ACUERDO	65.9%	47.6%	10.6%	43.3%	41.7%	9.1%	40.0%	37.5%	17.4%	39.7%
<b>LAZARO CARDENAS PRESID INJUSTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	69.4%	64.7%	71.8%	68.6%	68.1%	71.4%	61.3%	55.6%	70.5%	75.5%
REGULAR ACUERDO	13.5%	17.6%	19.0%	15.9%	13.4%	19.5%	22.7%	20.7%	17.4%	14.9%
TOTAL ACUERDO	17.1%	17.6%	9.2%	15.5%	18.5%	9.1%	16.0%	23.7%	12.1%	9.3%
<b>OPORTUNO-ACCIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	11.0%	12.5%	2.8%	8.4%	10.9%	3.2%	9.4%	11.1%	5.4%	4.5%
REGULAR ACUERDO	17.6%	14.0%	21.1%	12.2%	18.5%	20.1%	17.6%	17.8%	12.1%	17.7%
TOTAL ACUERDO	71.4%	73.5%	76.1%	79.4%	70.6%	76.6%	72.9%	71.1%	82.6%	77.4%
<b>BUEN DIRIGENTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	8.6%	5.9%	2.1%	5.0%	6.7%	4.5%	5.9%	5.2%	2.7%	6.5%
REGULAR ACUERDO	17.5%	16.2%	22.5%	14.7%	16.0%	16.9%	19.5%	23.7%	12.8%	17.7%
TOTAL ACUERDO	77.1%	77.9%	75.4%	80.5%	77.3%	78.6%	74.6%	71.1%	84.6%	75.8%

(CONTINUED)

ANALISIS DESCRIPTIVO SOBRE LA OPINION ACERCA  
DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	EDAD									TOTAL
	25-30			31-45			46-MAS			
	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3	MED. 1	MED. 2	MED. 3		
<b>BUEN POLITICO</b>										
TOTAL DESACUERDO	19.0%	7.0%	13.0%	20.5%	11.6%	21.1%	17.6%	9.6%	11.3%	
REGULAR ACUERDO	31.0%	70.4%	37.0%	38.0%	67.3%	24.8%	32.4%	59.0%	54.7%	
TOTAL ACUERDO	50.0%	22.5%	48.0%	40.9%	21.1%	54.1%	50.0%	31.3%	33.8%	
<b>ABELARDO L. RODRIGUEZ</b>										
<b>EMPRESARIO HABIL</b>										
TOTAL DESACUERDO	12.9%	4.2%	12.1%	8.7%	3.4%	9.4%	4.3%	3.6%	6.1%	
REGULAR ACUERDO	41.5%	70.8%	29.0%	24.4%	73.5%	14.8%	21.4%	56.0%	53.9%	
TOTAL ACUERDO	42.2%	19.0%	58.9%	58.9%	23.1%	75.8%	74.3%	40.4%	40.0%	
<b>POLITICO PESIMO</b>										
TOTAL DESACUERDO	25.0%	11.3%	30.2%	33.3%	14.3%	38.3%	38.6%	22.3%	23.5%	
REGULAR ACUERDO	51.5%	78.2%	42.5%	40.0%	74.8%	35.9%	34.3%	64.5%	61.8%	
TOTAL ACUERDO	12.9%	10.6%	27.4%	26.7%	10.9%	25.8%	27.1%	13.5%	14.7%	
<b>BUEN ADMINISTRADOR</b>										
TOTAL DESACUERDO	9.7%	4.9%	16.0%	13.3%	6.6%	10.0%	15.7%	6.6%	4.0%	
REGULAR ACUERDO	13.7%	80.3%	34.9%	31.1%	72.1%	26.9%	32.9%	52.7%	59.1%	
TOTAL ACUERDO	21.0%	14.8%	49.1%	55.5%	21.1%	63.1%	51.4%	30.7%	31.9%	
<b>LAZARO CARDENAS</b>										
<b>PRESID. INJUSTO</b>										
TOTAL DESACUERDO	70.0%	83.1%	75.5%	68.0%	78.2%	65.4%	70.1%	75.9%	70.0%	
REGULAR ACUERDO	21.7%	15.4%	15.4%	21.9%	14.3%	16.0%	14.9%	10.2%	16.5%	
TOTAL ACUERDO	8.3%	3.5%	13.4%	10.2%	7.5%	18.5%	14.9%	13.9%	13.5%	
<b>OPORTUNO-ACCIONES</b>										
TOTAL DESACUERDO	9.2%	4.2%	4.7%	3.9%	2.0%	3.7%	3.7%	1.8%	6.3%	
REGULAR ACUERDO	10.8%	11.3%	17.3%	23.3%	13.0%	15.2%	13.4%	8.4%	15.7%	
TOTAL ACUERDO	80.0%	84.5%	78.1%	72.9%	84.4%	81.1%	82.8%	89.8%	78.0%	
<b>BUEN DIRIGENTE</b>										
TOTAL DESACUERDO	5.8%	2.1%	4.3%	2.5%	2.0%	3.3%	3.7%	.6%	4.5%	
REGULAR ACUERDO	12.5%	14.8%	13.2%	19.5%	10.2%	12.0%	14.9%	7.2%	15.4%	
TOTAL ACUERDO	81.7%	83.1%	82.5%	78.1%	87.8%	84.1%	81.3%	92.2%	80.1%	

A P E N D I C E E

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS  
 SUJETOS A LAS TRES MEDICIONES EN LA ESCALA DE CONOCIMIENTO

	MED.1	MED.2	MED.3
-CONOCIMIENTO DE LAZARO CARDENAS	0.82	0.20	0.02
-CONOCIMIENTO DE ABELARDO L. RODRIGUEZ	0.80	0.94	0.40
-CONOCIMIENTO DE PASCUAL ORTIZ RUBIO	0.60	0.02	0.20
-CONOCIMIENTO DE EMILIO PORTES GIL	0.30	0.61	0.20
-CONOCIMIENTO DE PLUTARCO ELIAS CALLES	0.91	0.01	0.01
-CONOCIMIENTO DE ALVARO OBREGON	0.20	0.50	0.20
-CONOCIMIENTO DE ADOLFO DE LA HUERTA	0.40	0.01	0.20
-CONOCIMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA	0.02	0.34	0.20
-CONOCIMIENTO DE FRANCISCO VILLA	0.10	0.30	1.00
-CONOCIMIENTO DE EMILIANO ZAPATA	0.20	0.10	0.30

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS  
 SUJETOS A LAS TRES MEDICIONES EN LA ESCALA DE OPINION  
 ACERCA DE HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	MED.1	MED.2	MED.3
-EL ASESINATO DE EMILIANO ZAPATA	0.01	0.03	0.40
-LA GUERRA CRISTERA	0.64	0.00	0.04
-LA FUNDACION DEL BANCO DE MEXICO	0.10	0.20	0.00
-EL MOVIMIENTO ANTIREELECCIONISTA O EL ASESINATO DE HUITZILAC	0.40	0.50	0.40
-EL MAXIMATO	0.30	0.20	0.03
-EL PLAN DE IRRIGACION NACIONAL	0.10	0.91	0.00
-LA REDACCION DEL ART. 81 DE LA CONST. QUE CONSAGRA LOS PRINCIPIOS REF.AGRARIA	0.50	1.00	0.20
-LA FUNDACION DE LA C. T. M.	0.53	0.01	0.07
-EL ASESINATO DE ALVARO OBREGON	0.02	0.01	0.20
-LA CREACION DEL ART. 27 DE LA CONST. QUE CONSAGRA LOS PRINCIPIOS DE LA REF.AGRARIA	0.90	0.72	0.20
-EL PLAN DE AGUA PRIETA	0.00	0.90	0.10
-LA EXPROPIACION PETROLERA	0.30	0.00	0.30
-LA CREACION DE LA SEC.DE EDUCACION PUB.	0.50	0.20	0.10
-EL FUSILAMIENTO DE FELIPE ANGELES	0.10	0.43	0.02
-LA MUERTE DE VENUSTIANO CARRANZA EN TLAX- CALANTONGO	0.01	1.00	0.10
-LA RENUNCIA DEL PDTE. PASCUAL ORTIZ RUBIO	0.71	0.80	0.01
-EL MOVIMIENTO MURALISTA	0.10	0.60	0.04
-LA REBELION ESCOBARISTA	0.31	0.40	0.00
-LA PRIMERA LEY FEDERAL DEL TRABAJO	0.12	0.04	0.60
-LA REDACION DEL ART.123 DE LA CONSTITU- CION QUE CONSAGRA LOS DERECHOS DEL OBRERO	0.44	0.32	0.72
-EL FIN DE LA EPOCA DE LOS CAUDILLOS	0.01	0.03	0.10
-LA REBELION HUERTISTA	0.14	0.70	0.01
-LA FORMACION DEL PARTIDO NACIONAL REV.	0.14	0.33	0.10
-LA FUNDACION DE LA X E W	0.01	0.60	0.23
-EL FIN DEL MAXIMATO	0.30	0.82	0.03
-EL PLAN DE LA CONSTRUCCION DE CARRETERAS	0.11	0.70	0.00

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS PARTICIPANTES EN LA PRIMERA Y TERCERA MEDICION EN LA ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

	MEDS. 1 Y 3	MEDS. 2 Y 3	PRETEST Y TEST
-DESPUES DE LA REVOLUCION MEXICO ES UN PAIS MAS POSITIVO	0.00	0.00	0.00
-LA REVOLUCION CONSTRUYO MAS COSAS DE LAS QUE DESTRUYO	0.00	0.12	0.03
-LA REVOLUCION MEXICANA PERMITIO UN MEXICO JUSTO	0.10	0.30	0.40
-LA HISTORIA HA DESMOSTRADO QUE ES MEJOR DIALOGAR, QUE PELEAR	0.30	0.10	0.01
-EN LA HISTORIA, ES BUENO JUZGAR, PERO ES MEJOR ENTENDER	0.10	0.10	0.10
-MEXICO ES UN PAIS TOLERANTE DONDE SE PERMITE DIVERSIDAD DE OPINION	0.11	0.00	0.04
-TODAS LAS EPOCAS HAN TENIDO SUS PROPIAS CRISIS	1.00	0.53	0.01
-MEXICO SERA EN EL FUTURO LO QUE CONSTRUYAMOS AHORA	0.00	0.13	0.04

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LAS PERSONAS  
 SUJETAS A LAS TRES MEDICIONES EN LA ESCALA DE OPINION  
 ACERCA DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	MED.1	MED.2	MED.3
FRANCISCO VILLA			
-FUE UNO DE LOS HOMBRES MAS CRUELES DE LA REVOLUCION	0.10	0.20	0.84
-FUE UNA PERSONA MUY DESCONFIADA	0.52	0.10	0.00
-FUE UN HOMBRE CONTRADICTORIO EN SUS ACTOS	0.40	0.72	0.51
EMILIANO ZAPATA			
-FUE UN REVOLUCIONARIO DESHONESTO	0.70	0.30	0.02
-FUE UN DEFENSOR DE SUS IDEALES	0.30	0.01	0.20
VENUSTIANO CARRANZA			
-FUE EL PRESIDENTE QUE MAS SE ADELANTO A SU TIEMPO	0.10	0.64	0.10
-MANTUVO SUS DECISIONES		0.22	0.10
-FUE MUY INTRANSIGENTE	1.00	0.20	0.22
ADOLFO DE LA HUERTA			
-FUE EL PDTE. MAS INTERESADO EN EL PODER	0.62	1.00	0.90
-FUE UN PACIFICADOR	0.43	0.90	0.44
-FUE UNO DE LOS MEJORES PDTES. DE MEXICO	0.30	0.81	0.40
ALVARO OBREGON			
-FUE UN HOMBRE MUY AMBICIOSO	0.10	0.20	0.80
-FUE SIEMPRE MUY DIPLOMATICO EN SUS ACCIONES	0.03	1.00	0.12
-FUE UN HOMBRE MUY PRACTICO	0.02	0.83	0.10

PLUTARCO ELIAS CALLES			
-FUE FUNDADOR DE INSTITUCIONES	0.84	0.04	0.54
-FUE EL LIDER MAS INTOLERANTE	0.02	0.03	0.13
-FUE UN HOMBRE DEBIL	0.90	0.40	0.12
EMILIO PORTES GIL			
-FUE MUY BUEN NEGOCIADOR	0.01	0.13	0.80
-FUE MUY INTRIGANTE	0.20	0.34	0.80
-FUE EL PRESIDENTE MENOS AMBICIOSO	0.70	0.20	0.70
PASCUAL ORTIZ RUBIO			
-FUE UN MAL ADMINISTRADOR	0.50	0.11	0.33
-FUE UN HOMBRE HONESTO	1.00	0.30	0.70
-FUE MUY BUEN POLITICO	0.91	0.80	1.00
ABELARDO L. RODRIGUEZ			
-FUE UN EMPRESARIO MUY HABIL	0.10	0.93	0.71
-FUE UN POLITICO PESIMO	0.10	0.30	0.10
-FUE UN BUEN ADMINISTRADOR	0.11	0.90	0.74
LAZARO CARDENAS			
-FUE UN PRESIDENTE MUY INJUSTO	0.70	0.01	0.21
-FUE MUY OPORTUNO EN SUS ACCIONES	0.20	0.04	0.10
-FUE MUY BUEN DIRIGENTE	0.01	0.02	0.30



PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS  
 PARTICIPANTES EN LA PRIMERA Y TERCERA MEDICION  
 EN LA ESCALA DE CONOCIMIENTO

	MEDS. 1 Y 3	MEDS. 2 Y 3
-CONOCIMIENTO DE LAZARO CARDENAS	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE ABELARDO L. RODRIGUEZ	0.01	0.00
-CONOCIMIENTO DE PASCUAL ORTIZ RUBIO	0.02	0.00
-CONOCIMIENTO DE EMILIO PORTES GIL	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE PLUTARCO ELIAS CALLES	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE ALVARO OBREGON	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE ADOLFO DE LA HUERTA	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE FRANCISCO VILLA	0.00	0.00
-CONOCIMIENTO DE EMILIANO ZAPATA	0.00	0.00

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS PARTICIPANTES EN LAS TRES MEDICIONES, EN LA ESCALA DE OPINION ACERCA DE HECHOS HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	MEDS. 1 Y 3	MEDS. 2 Y 3
-EL ASESINATO DE EMILIANO ZAPATA	0.00	0.00
-LA GUERRA CRISTERA	0.00	0.00
-LA FUNDACION DEL BANCO DE MEXICO	0.00	0.00
-EL MOVIMIENTO ANTIREELECCIONISTA O EL ASESINATO DE HUITZILAC	0.02	0.00
-EL MAXIMATO	0.00	0.00
-EL PLAN DE IRRIGACION NACIONAL	0.00	0.00
-LA REDACCION DEL ART. 81 DE LA CONST. QUE CONSAGRA LOS PRINCIPIOS REF.AGRARIA	0.00	0.00
-LA FUNDACION DE LA C. T. M.	0.00	0.00
-EL ASESINATO DE ALVARO OBREGON	0.00	0.00
-LA CREACION DEL ART. 27 DE LA CONST. QUE CONSAGRA LOS PRINCIPIOS DE LA REF.AGRARIA	0.00	0.00
-EL PLAN DE AGUA PRIETA	0.00	0.00
-LA EXPROPIACION PETROLERA	0.00	0.00
-LA CREACION DE LA SEC.DE EDUCACION PUB.	0.00	0.00
-EL FUSILAMIENTO DE FELIPE ANGELES	0.00	0.00
-LA MUERTE DE VENUSTIANO CARRANZA EN TLAX-CALANTONGO	0.00	0.00
-LA RENUNCIA DEL PDTE. PASCUAL ORTIZ RUBIO	0.00	0.00
-EL MOVIMIENTO MURALISTA	0.01	0.00
-LA REBELION ESCOBARISTA	0.01	0.00
-LA PRIMERA LEY FEDERAL DEL TRABAJO	0.00	0.00
-LA REDACION DEL ART.123 DE LA CONSTITUCION QUE CONSAGRA LOS DERECHOS DEL OBRERO	0.00	0.00
-EL FIN DE LA EPOCA DE LOS CAUDILLOS	0.10	0.00
-LA REBELION HUERTISTA	0.00	0.00
-LA FORMACION DEL PARTIDO NACIONAL REV.	0.00	0.00
-LA FUNDACION DE LA X E W	0.18	0.00
-EL FIN DEL MAXIMATO	0.02	0.00
-EL PLAN DE LA CONSTRUCCION DE CARRETERAS	0.12	0.00

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS PARTICIPANTES EN LAS TRES MEDICION EN LA ESCALA DE OPINION ACERCA DE LAS CONSECUENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA REVOLUCION

	MEDS. 1 Y 3	MEDS. 2 Y 3
-DESPUES DE LA REVOLUCION MEXICO ES UN PAIS MAS POSITIVO	0.00	0.00
-LA REVOLUCION CONSTRUYO MAS COSAS DE LAS QUE DESTRUYO	0.00	0.12
-LA REVOLUCION MEXICANA PERMITIO UN MEXICO JUSTO	0.10	0.30
-LA HISTORIA HA DESMOSTRADO QUE ES MEJOR DIALOGAR, QUE PELEAR	0.30	0.10
-EN LA HISTORIA, ES BUENO JUZGAR, PERO ES MEJOR ENTENDER	0.10	0.10
-MEXICO ES UN PAIS TOLERANTE DONDE SE PERMITE DIVERSIDAD DE OPINION	0.11	0.00
-TODAS LAS EPOCAS HAN TENIDO SUS PROPIAS CRISIS	1.00	0.53
-MEXICO SERA EN EL FUTURO LO QUE CONSTRUYAMOS AHORA	0.00	0.13

PROBABILIDAD DE RECHAZO DE HIPOTESIS NULA ENTRE LOS GRUPOS  
 PARTICIPANTES EN LAS TRES MEDICIONES EN LA ESCALA  
 DE OPINION ACERCA DE PERSONAJES HISTORICOS DE LA REVOLUCION

	MEDS. 1 Y 3	MEDS. 2 Y 3
FRANCISCO VILLA		
-FUE UNO DE LOS HOMBRES MAS CRUELES DE LA REVOLUCION	0.40	0.70
-FUE UNA PERSONA MUY DESCONFIADA	0.01	0.02
-FUE UN HOMBRE CONTRADICTORIO EN SUS ACTOS	0.80	0.61
EMILIANO ZAPATA		
-FUE UN REVOLUCIONARIO DESHONESTO	0.00	0.10
-FUE UN DEFENSOR DE SUS IDEALES	0.60	0.20
VENUSTIANO CARRANZA		
-FUE EL PRESIDENTE QUE MAS SE ADELANTO A SU TIEMPO	0.20	0.10
-MANTUVO SUS DECISIONES	0.73	0.20
-FUE MUY INTRANSIGENTE	0.00	0.40
ADOLFO DE LA HUERTA		
-FUE EL PDTE. MAS INTERESADO EN EL PODER	0.00	0.00
-FUE UN PACIFICADOR	0.71	0.53
-FUE UNO DE LOS MEJORES PDTES. DE MEXICO	0.00	0.01
ALVARO OBREGON		
-FUE UN HOMBRE MUY AMBICIOSO	0.00	0.04
-FUE SIEMPRE MUY DIPLOMATICO EN SUS ACCIONES	0.00	0.71
-FUE UN HOMBRE MUY PRACTICO	0.01	0.00

PLUTARCO ELIAS CALLES		
-FUE FUNDADOR DE INSTITUCIONES	0.00	0.00
-FUE EL LIDER MAS INTOLERANTE	0.00	0.02
-FUE UN HOMBRE DEBIL	0.11	0.33
EMILIO PORTES GIL		
-FUE MUY BUEN NEGOCIADOR	0.00	0.00
-FUE MUY INTRIGANTE	0.10	0.70
-FUE EL PRESIDENTE MENOS AMBICIOSO	0.10	0.60
PASCUAL ORTIZ RUBIO		
-FUE UN MAL ADMINISTRADOR	0.13	0.30
-FUE UN HOMBRE HONESTO	0.00	0.12
-FUE MUY BUEN POLITICO	0.01	0.01
ABELARDO L. RODRIGUEZ		
-FUE UN EMPRESARIO MUY HABIL	0.00	0.00
-FUE UN POLITICO PESIMO	0.10	0.10
-FUE UN BUEN ADMINISTRADOR	0.00	0.02
LAZARO CARDENAS		
-FUE UN PRESIDENTE MUY INJUSTO	0.31	0.11
-FUE MUY OPORTUNO EN SUS ACCIONES	0.00	0.22
-FUE MUY BUEN DIRIGENTE	0.00	0.02

A P E N D I C E F

7. Dígame por favor los nombres que recuerde de los presidentes que ha tenido México de 1910 a 1940. ANOTE.

1) \_\_\_\_\_ 6) \_\_\_\_\_     23-24 33-34  
 2) \_\_\_\_\_ 7) \_\_\_\_\_     25-26 35-36  
 3) \_\_\_\_\_ 8) \_\_\_\_\_     27-28 37-38  
 4) \_\_\_\_\_ 9) \_\_\_\_\_     29-30 39-40  
 5) \_\_\_\_\_ 10) \_\_\_\_\_     31-32 41-42

8. ¿Qué tan deacuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases? (MOSTRAR TARJETA ). CIRCULE. ROTAR INICIO.

	COMPLETAMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	NO SÉ	
0 Después de la Constitución de 1917 México es un país mejor	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 43
0 La Revolución constituyó más cosas de las que destruyó.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 44
0 La Revolución Mexicana permitió un México justo.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 45
0 La historia ha demostrado que es mejor dialogar, que pelear.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 46
0 La historia nos enseña que es bueno juzgar pero es mejor entender.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 47
0 La historia de México nos muestra que pensamos distinto y que aún así podemos vivir juntos.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 48
0 Cada época tiene su propia crisis.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 49
0 México será en el futuro lo que construimos ahora.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 50
0 La Revolución nos permitió descubrir que México es nuestro.	5	4	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 51

9. Le voy a mostrar algunas fotos, dígame por favor el nombre del personaje histórico a que pertenece. CIRCULE. ROTAR INICIO.

	RODAR COMPLETO	RODAR INCOMPLETO	DIO OTRO RODAR	NO SÉ / NO CONTIENE	
0 Lázaro Cárdenas	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 52
0 Abelardo L. Rodríguez	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 53
0 Pascual Ortiz Rubio	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 54
0 Emilio Portes Gil	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 55
0 Plutarco Elías Calles	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 56
0 Alvaro Obregón	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 57
0 Adolfo de la Huerta	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 58
0 Venustiano Carranza	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 59
0 Emiliano Zapata	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 60
0 Francisco Villa	3	2	1	0	<input type="checkbox"/> 61

11. ¿Sabe usted quién fue...? CIRCULE.

12. Le voy a decir algunas frases que se han dicho acerca de algunos personajes de la historia, dígame por favor en relación con esta tarjeta (MOSTRAR TARJETA ) ¿qué tan de acuerdo ó en desacuerdo está usted con ellas? (MENCIONAR SOLO LOS QUE CONOCE). CIRCULE.

Francisco Villa...

1 2

Francisco Villa...

- 1) Fue uno de los hombres más cruciales de la Revolución
- 2) Fue una persona muy desconfiada
- 3) Fue un hombre contradictorio en sus actos

En desacuerdo por completo	Muy de acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Emiliano Zapata...

1 2

Emiliano Zapata...

- 1) Fue un revolucionario desahogado
- 2) Fue un defensor de sus ideales

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Venustiano Carranza...

1 2

Venustiano Carranza...

- 1) Fue el presidente que más se adelantó a su tiempo
- 2) Mantuvo sus decisiones
- 3) Fue muy intranigente

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Adolfo de la Huerta...

1 2

Adolfo de la Huerta...

- 1) Fue el presidente más interesado en el poder
- 2) Fue un pacifista
- 3) Fue uno de los mejores presidentes de México

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Alvaro Obregón...

1 2

Alvaro Obregón...

- 1) Fue un hombre muy ambicioso
- 2) Fue siempre muy diplomático en sus acciones
- 3) Fue un hombre muy práctico

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Plutarco Elías Calles...

1 2

Plutarco Elías Calles...

- 1) Fue fundador de Instituciones
- 2) Fue el líder más intolerante
- 3) Fue un hombre muy débil

En desacuerdo por completo	Muy de acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Emilio Portes Gil...

1 2

Emilio Portes Gil...

- 1) Fue muy buen negociador
- 2) Fue muy intriguante
- 3) Fue el presidente menos ambicioso

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Pascual Ortiz Rubio...

1 2

Pascual Ortiz Rubio...

- 1) Fue un mal administrador
- 2) Fue un hombre honesto
- 3) Fue un buen político

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Abelardo L. Rodríguez...

1 2

Abelardo L. Rodríguez...

- 1) Fue un empresario muy hábil
- 2) Fue un político pésimo
- 3) Fue un buen administrador

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	

Léscar Cárdenas...

1 2

Léscar Cárdenas...

- 1) Fue un presidente muy fuerte
- 2) Fue muy oportuno en sus acciones
- 3) Fue muy buen dirigente

5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	
5	4	3	2	1	0	



